

<b>BALANCE DE LAS JORNADAS</b> <b>Nuevos espacios profesionales en Diseño de Interiores</b> IV Jornadas de Diseño de Interiores Página 2 y 3
<b>Auge de la Publicidad latinoamericana</b> V Jornadas de Publicidad Página 5
<b>DOCENTES</b> <b>Presentación de las Publicaciones</b> realizadas por profesores de Diseño y Comunicación Página 4
<b>CONFERENCIAS</b> <b>Nuevos campos para los guionistas</b> por Esther Feldman Página 6
<b>Reseñas Bibliográficas</b> Página 8
<b>Computación Gráfica</b> Página 8
<b>Programa de Desarrollo Académico</b> • Diseño e Implementación de Proyectos en el Aula: Seminario de Capacitación • Foro de Desarrollo Académico Página 9
<b>Qué hacen nuestros estudiantes?</b> Página 9
<b>IV JORNADAS DE DISEÑO CATALÁN</b> <b>Diseño y originalidad. Entre la demanda del mercado y la deformación profesional.</b> por Norberto Chaves Página 10
<b>Conferencias</b> • Medios y Mercosur • Comunicación del Tercer Sector • La capacitación dentro de la organización de eventos Página 10
<b>Nuevos profesionales</b> Página 10
<b>Nuevas Materias Electivas</b> Página 11
<b>Nuevos Diseñadores Gráficos</b> Trabajos de Multimedial II Página 11
<b>Área de desarrollo e inserción laboral</b> Página 12
<b>Estudiantes y egresados que trabajan</b> Página 12

## Vía Pública: Espacio para comunicadores y diseñadores

### Descubriendo la Publicidad Exterior

Seminario organizado con Meca, Vía Pública  
6 de septiembre de 2001

# MECA

El crecimiento de la inversión en **Comunicación en Vía Pública** en estos últimos años, gracias al desarrollo constante de nuevos soportes, a la creatividad asociada al avance tecnológico puesta al servicio del mensaje, la aceptación de los servicios de auditoría y el surgimiento de investigaciones sistemáticas de recordación; **tanto los anunciantes, las agencias de publicidad y los brokers de medios**, planifican sus campañas con la certeza de obtener un alto rendimiento visual, tanto en **impacto como en recordación**.

Las características de cada soporte, otorgan el beneficio de alcanzar distintos tipos de audiencias, posicionando al medio a la hora de evaluar cuali-cuantitativamente los distintos tipos de estrategias desarrolladas para dar cumplimiento a los objetivos de marketing prefijados por la empresa.

Inscripción, libre y gratuita: Teléfonos: 4964-4500 ints. 1502, 1513, 1514 y 1530 o 4964 4646 (directo). Mail: [consultasdc@palermo.edu.ar](mailto:consultasdc@palermo.edu.ar)

### Semana de Orientación en Diseño y Comunicación

En este ciclo se expondrán las respuestas a preguntas que se formula el futuro estudiante antes de comenzar una carrera universitaria. La agenda está organizada para los interesados en comenzar a estudiar en agosto 2001, en un módulo a la noche y en un módulo a la mañana para los interesados en comenzar en marzo 2002.

(Página 7)



Conocer para elegir

Mientras terminás el secundario, adelantá una materia en la Universidad... gratis.

# UP

## Universidad de Palermo

[www.palermo.edu](http://www.palermo.edu)

Av. Córdoba 3501 (esq. Mario Bravo) - TE: 4963-1387 / 4964-4600

Los interesados en incorporarse en el Programa Conocer para Elegir acercarse a Informes de la Universidad de Palermo o a la Facultad de Diseño y Comunicación. (Más información, pág. 7)

### Moda, Marca y Mercado: De la creación a la comercialización

III Jornadas Universitarias de Indumentaria  
21, 22 y 23 de agosto de 2001

El 21, 22 y 23 de agosto se llevarán a cabo las **III Jornadas Universitarias de Indumentaria** en el Auditorio de la Universidad de Palermo. Bajo el título **Moda, Marca y Mercado: del diseño a la comercialización** se darán cita las grandes marcas del mercado de la indumentaria para desarrollar los siguientes temas:

- Estrategias utilizadas por las grandes marcas para ubicarse en el mercado
- Cómo influye el concepto de marca a la hora de las ventas
- Desde el proceso de diseño y producción hasta la venta del producto

Participarán además miembros de la **Cámara Argentina de la Indumentaria** para tratar la problemática que atañe a los diseñadores y productores hoy en día del **Programa de Apoyo a la Moda y el Diseño hecho en la Argentina** - Secretaría de Cultura y Turismo de la Nación, que nos informará sobre las acciones que realiza el gobierno para difundir el diseño argentino en el mundo.

Está abierta la inscripción, libre y gratuita, a las jornadas. Teléfonos: 4964-4500 ints. 1502, 1513, 1514 y 1530 o 4964 4646 (directo). E-mail: [consultasdc@palermo.edu.ar](mailto:consultasdc@palermo.edu.ar)

AUSPICIA



### Culminaron con éxito las IV Jornadas de Diseño de Interiores

El 27 y 28 de junio de 2001 se realizaron las IV Jornadas de Diseño de Interiores, donde se dieron cita más de 300 personas además de un destacado grupo de conferencistas. El objetivo fundamental del encuentro fue reflexionar sobre las nuevas áreas de oportunidades y los nuevos espacios de desarrollo profesional que el escenario de la actividad ofrece en este momento a los involucrados en la actividad.

(Páginas 2 y 3)



# Nuevos espacios profesionales en el Diseño de Interiores

Balance de las IV Jornadas de Diseño de Interiores 2001 organizadas entre la Facultad de Diseño y Comunicación y DARA, Decoradores Argentinos Asociados

*El 27 y 28 de junio de 2001 se realizaron las IV Jornadas de Diseño de Interiores, donde se dieron cita más de 300 personas además de un destacado grupo de conferencistas. El objetivo fundamental del encuentro fue reflexionar sobre las nuevas áreas de oportunidades y los nuevos espacios de desarrollo profesional que el escenario de la actividad ofrece en este momento a los involucrados en la actividad.*

Por cuarto año consecutivo, el mes de junio es dedicado en la Facultad de Diseño y Comunicación a la Carrera de Diseño de Interiores. Este año se realizaron las **IV Jornadas de Diseño de Interiores, "Nuevos espacios profesionales en el Diseño de Interiores"**, conjuntamente con DARA, la institución que nuclea a los principales referentes del Diseño de Interiores en nuestro país.

Las problemáticas prioritariamente planteadas este año fueron los nuevos espacios en el Diseño de Interiores, temática que fue recorriendo las nuevas áreas de oportunidades y los temas novedosos de inserción laboral que aparecen en el mercado del trabajo y que pueden ser abordados por el profesional interiorista.

Con este fin se convocó a profesionales de reconocida trayectoria en el interiorismo, que como protagonistas del fenómeno y hacedores de diseño, argumentaron sobre los desafíos de estos nuevos temas y sobre el equipamiento necesario que debe tener el Diseñador de Interiores para afrontar con éxito las nuevas condiciones que requiere el escenario de la actividad, ya sea en empresas, estudios o instituciones.

La problemática expuesta en estas jornadas fue totalmente novedosa, ya que la mayoría de los disertantes acordaron en que el campo profesional del Diseñador de Interiores se ha expandido en forma notable en los últimos diez años. De allí el enriquecimiento de la actividad, la expansión de sus fronteras y la diversificación de las temáticas, y de allí también la aparición de estas nuevas áreas para la actividad, algunas aún no explotadas en la medida de sus reales potencialidades. Estas nuevas áreas de actividad son las que generan, precisamente, los nuevos espacios profesionales para el interiorista.

Surgió entre los panelistas, y fue ampliamente corroborado por el público asistente, la percepción de que existe un paulatino y constante crecimiento del reconocimiento en la sociedad, de la actividad del Diseñador de Interiores. El Diseño de Interiores se consideraba hasta hace unos pocos años como un elemento suntuario, muy costoso y privilegio de unos pocos adinerados. Hoy en día, es una apetencia generalizada por casi todos los estamentos de nuestra sociedad. El nuevo status que tiene en el mundo el diseño y la búsqueda de la "calidad de vida" han puesto al Diseño de Interiores, en universos antes insospechados.

Los expositores enumeraron una gran cantidad de nuevas áreas donde son requeridos los diseñadores interioristas, como ser la industria de la pintura, las alfombras, los cerámicos, los papeles pintados, los muebles, los revestimientos y los artefactos de iluminación. También la comercialización de elementos del diseño, el asesoramiento técnico, el montaje de los productos, y otros roles que las estrategias de comercialización exigen. Para terminar esta larga enumeración de nuevas tareas donde actúa el Diseñador de Interiores, podríamos decir que también son requeridos para ambientaciones de museos, en la organización y regulación de espacios para ferias y muestras, en escaparatis, en galerías de arte, en stands y puntos de venta, en instalaciones comerciales efímeras y en todo tipo de eventos especiales que albergan los espacios interiores.

Entre las conferencias que lograron un mayor impacto entre los concurrentes, se pueden sintetizar las siguientes:

## Naturaleza y Diseño

La diseñadora María Rosa Fuentes Rossi expuso sobre la tarea de enlazar el mundo natural con el mundo construido por el hombre. En su actividad profesional la expositora es especialista en fusionar el diseño interior con el aporte de la naturaleza, tarea que se ha verificado en sus trabajos y en sus acertadas participaciones en Casa FOA.



María Rosa Fuentes Rossi

La idea de incorporar la naturaleza vegetal al mundo del Diseño Interior, no es nueva, viene de muy antiguo. Desde los frescos romanos de Pompeya, Herculano y Roma, pasando por los textiles de la Edad Media, las alfombras "jardín" de los árabes, por los frescos del Renacimiento, las tapicerías "verdure", los papeles pintados de los Arts and Crafts, y las



diferentes propuestas del Art Nouveau, el hombre siempre quiso integrar a sus creaciones de interioridad algún elemento vegetal, propio de la naturaleza. Pero es con la llegada del movimiento Moderno, donde la incorporación de la naturaleza deja de ser virtual, para pasar a ser real y efectiva.

Un punto de auténtica importancia dentro de la charla, fue cuando la expositora Fuentes Rossi desarrolló la manera exacta de computar este tipo de trabajos, la forma más adecuada de presupuestar las obras, propuso luego las tecnologías más convenientes a cada tipo de propuesta formal y por último, llegó incluso a mencionar a los proveedores más calificados existentes en plaza, con los que un Diseñador de Interiores puede afrontar este tipo de trabajos, con éxito.



Gustavo Motta

## Home theatre

Dentro de las nuevas formas de la vida íntima, uno de los nuevos espacios que más caracterizan el Diseño de Interiores de las últimas décadas del Siglo XX es el llamado "home theatre".

La conferencia sobre este tema la presentó el arquitecto Gustavo Motta, como profesional especializado en el tema y realizador pionero en la Argentina, con el advenimiento de estos espacios no tradicionales dentro de viviendas. Dentro de la tipología espacial que el mundo del diseño denomina como "home theatre", se añan lo que podríamos definir como un multimedia del espacio interior: el control de la iluminación, la graduación del sonido, el ordenamiento y regulación del espacio, la incorporación de la televisión y el video y diferentes tipos de proyecciones; todos estos elementos coordinados por un "regisseur" que es en definitiva el dueño de casa.

Todos los componentes del llamado "home



Liliana Dabove y Víctor Arango

theatre" están en constante cambio y evolución, producen continuamente efectos diversos e inesperados, es decir, una verdadera "puesta en escena" dentro de la propia sala de estar, donde el protagonista absoluto es el cliente.

## El lenguaje del color

Víctor Arango y la Arq. Liliana Dabove, integrantes del equipo de promoción técnica de la empresa Alba, expusieron sobre la nueva carta ampliada de colores con las tendencias del 2001 y sobre la forma de usar el catálogo, ya que el mismo incluye un interesante código icónico, que es en definitiva un asesoramiento virtual del sistema tintométrico producido por la empresa.

Respecto a las actuales tendencias del color, de lo expuesto por los conferencistas y de los ejemplos aportados en la charla, se infiere que en la actualidad hay dos grandes tendencias que conviven.

Por un lado, una tendencia de reminiscencia historicista, que privilegia los colores tierras y castaños en sus diferentes tonalidades: amarillos profundos y opacos, naranjas, rojizos, borgoñas y morados, produciendo una amplia gama de colores cálidos. En los aspectos formales de esta tendencia se percibe una evocación étnica que nos transporta a antiguas culturas con el uso de materiales naturales, métodos de realización muy primitivos, maderas talladas, etc. Esta tendencia se acompaña con colores blancos, naturales, cremas, tiza, castaños y marrones.

Por otro lado, otra tendencia que coexiste con la anterior, es aquella basada en una mirada al futuro, al devenir. Esta es una tendencia preferida por los segmentos más jóvenes de la sociedad y se apoya en los colores fríos y de alto impacto visual. Tiene una marcada evocación del industrialismo y con fuerte presencia tecnológica en los elementos que conforman el espacio interior. Podríamos

definirla como tendencia "tecnológica", o "tecno" donde se usan colores vibrantes y metalizados: distintos tipos de grises, plateado, peltre, bronce, cobre, oro, acero, blancos y negros. Se acompañan con los colores primarios, u otros de alta saturación.



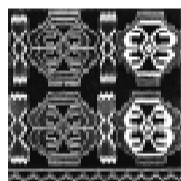
Belén Carballo y Ricardo Paz

### Un arte escondido

Los expositores Ricardo Paz y Belén Carballo presentaron la propuesta de efectuar un espacial reconocimiento y revalorización de los objetos del monte argentino

Sostienen que como mucho países que alguna vez fueron colonia, el nuestro ha crecido con la sensación de estar en la periferia, con la mirada siempre puesta afuera, con la interminable aspiración de ser como eran otros, de alcanzar lo que otras naciones antes que nosotros ya habían alcanzado. Como a tantos países poblados desde afuera, nos ha costado reconocer una raíz y gestarnos una identidad.

La propuesta de los expositores fue la de hacer un intento de rescatar de la destrucción y del olvido



nuestra propia riqueza, pero no detrás de las vitrinas de los museos, sino vivamente, convocándolo en el presente, rescatando ese conocimiento para transmitirlo y valorizarlo. Esta valorización es precisamente, para adoptarlo como propio.

Los conferencistas nos hablaron de, y desde, un rincón desconocido de nuestra tierra: el monte, y de la gente que lo habita desde siempre, el pueblo quichua-santiagoño. Paz y Carballo son verdaderos investigadores que se ocupan de la producción de la gente que habita ese monte, de los objetos que construyen para su vida cotidiana en íntima relación con el medio que los rodea. Estos objetos hablan de un modo de vida en armonía con la naturaleza, y ésta se encuentra presente en ellos, no solo en la fuerza y nobleza de sus materiales, sino también en la frescura de sus diseños y la sutil pureza de sus líneas.

Algunos de estos objetos de uso cotidiano son particularmente elocuentes como ejemplos de resolución ingeniosa y eficaz, otros resultan enternecedores por su ingenuidad y su simpleza, otros aún son portadores de una síntesis que recuerdan a los más logrados exponentes del arte contemporáneo. Todos nos impactan como un descubrimiento arqueológico de lo viviente, nos deslumbran por la habilidad artesanal con el argumento de lo imprescindible, haciendo de cada objeto una herramienta.

En este sentido, el conjunto de estas piezas que se mostraron en la conferencia, resulta un valioso aporte al mundo del arte y del diseño, aporte tanto más valioso porque proviene de una raigambre cultural totalmente argentina, nacida y desarrollada en el corazón de nuestra tierra.

Por último, los conferencistas involucraron a los diseñadores de interiores como verdaderos agentes movilizadores de la revalorización de estas piezas y propusieron la creación de talleres artesanales



Sara García Uriburu, Mercedes Cano y Sebastián Arauz.

para el desarrollo de alternativas laborales del sector. Consideraron que es urgente rescatar de la extinción la sabiduría de esta última generación de artesanos, poseedores de oficios y saberes ya casi olvidados.

### Arte y mediación

Entre los nuevos campos de la actividad del interiorista, cada vez se visualiza con más fuerza la idea de que el Diseñador de Interiores es un mediador entre el cliente y el arte. Sara García Uriburu, como expositora, confirmó esta idea, que hasta hoy se percibía solo en forma de hipótesis. García Uriburu, en su doble carácter de galerista de arte y asesora artística de diseñadores interioristas, sostiene que la propuesta estética efectuada para un espacio interior es un "puente de plata" para el acercamiento del público consumidor a las obras de arte. La aproximación al arte por parte del cliente, a través de un proyecto de diseño interior, es un camino basado en el sentido común, la lógica y la naturalidad.

A su vez la conferencista aconsejó a los interioristas que se dediquen al tema, hacerlo con un alto grado de ética profesional y efectuar un abordaje serio y responsable en la resolución de la incorporación de obras de arte a sus proyectos, ya que el mundo comercial que subyace bajo este área, tiene perfiles propios, y muy específicos.

### Diseño en la Red

Una de las conferencias que presentó un espacio totalmente novedoso en el Diseño de Interiores, y un campo de trabajo profesional aún no explotado en la medida de sus reales posibilidades, fue la del arquitecto Alberto Gorbat, quien puso como ejemplo arquetípico el

caso del sitio Arqa.com, del cual es vicepresidente. El conferencista explicó que en muchos sitios de la especificidad de la Red, el interiorista puede difundir sus trabajos profesionales, ofrecer sus servicios a los diferentes niveles socioeconómicos de la población y publicitar sus potencialidades. Aclaró que es muy importante que el pro-fesional construya su sitio propio en la red, incluyendo en la página su correo electrónico, que es una forma fácil de contactarlo.

Además, aconsejó que el sitio se encuentre en algunos de los portales más caracterizados del ciberespacio. Otras posibilidades que se le ofrecen al profesional, es acceder al comercio electrónico en la Red (tanto para la compra como para la venta de bienes y servicios), visitar revistas de interiorismo, ingresar a páginas de asociaciones profesionales como por ejemplo DArA, participar en los concursos que constantemente se publicitan, e incluso chatear con otros profesionales de su misma actividad.

Concluyó el disertante en que éste es un nuevo espacio que nos ofrece la Red, que está servido en bandeja para que el profesional interiorista se de a conocer, se vincule con sus pares, pueda estar siempre actualizado con las novedades del sector, e incluso para que desarrolle una estrategia comercial basada en sus posibilidades profesionales o en los productos que pueda ofrecer para la



Ana Gabriel y Alberto Gorbat

venta en el mercado del diseño. Cerró la charla el arquitecto Gorbat invitando a los diseñadores de interiores a incorporarse en forma plena y efectiva a este nuevo recurso.

### Honorarios Profesionales

Como cierre de las Jornadas se convocó a participar en una mesa redonda a los arquitectos German Carbajal, Luis Grossmann y Mónica Melhem, al doctor Martín Pourrain y a la Licenciada Irene Garber, sobre un tema altamente polémico, siempre de actualidad y de máximo interés para el profesional interiorista, como son los honorarios profesionales. Tanto el doctor Pourrain como la licenciada Garber son

especialistas en el tema de honorarios profesionales y asesores fuertemente reconocidos en el medio de los profesionales del Diseño Interior. Tema conflictivo y polémico, si los hay, el del honorario profesional. Sin embargo el panel fue



contundente en aconsejar al profesional del sector registrarse por la normativa vigente sin ningún tipo de resignación de honorarios. Por otro lado, el panel consensuadamente declaró que: la claudicación de uno, es la claudicación de todos. En otro momento realmente interesante y novedoso de la mesa redonda, la arquitecta Mónica Melhem explicó, en su doble carácter de diseñadora del espacio y de comerciante del sector (ya que es propietaria de la empresa Gris Dimensión), el rol mediador que tiene el Diseñador de Interiores entre el cliente y el proveedor. Luego apuntaló la idea de un reconocimiento en forma de honorario profesional explícito para el interiorista, ya que se transforma así en un verdadero agente intermediario de los productos del diseño.

También se habló de la imperiosa necesidad de la creación de un Consejo Profesional del Interiorismo, ente colegiado que regularía el ejercicio profesional del sector, alojaría un tribunal de ética y sería el referente natural de los profesionales del Diseño de Interiores. Cabe destacar aquí, que tanto la Universidad de Palermo como DArA son instituciones que desde hace varios años están fuertemente involucradas en la creación de dicho Consejo Profesional.

Por último, quiero destacar que las **IV Jornadas de Diseño de Interiores** fueron dos días intensos, con un valiosísimo intercambio de conocimientos entre profesionales del diseño, alumnos de la carrera y público en general interesado en el interiorismo. Las experiencias personales relatadas en las exposiciones confirman la existencia de nuevas áreas de trabajo profesional que marcan un camino a nuevas especializaciones, pero que a su vez requieren un mayor compromiso profesional del Diseñador de Interiores, y una mayor especialización.

Prof. José María Doldan



Mesa Redonda "Honorarios Profesionales" integrada por: Germán Carbajal, Luis Grossmann, Mónica Melhem, Martín Pourrain e Irene Garber.

### Charla de autoridades y profesionales de DArA

Con estudiantes de la carrera de Diseño de Interiores de la Universidad de Palermo.



23 de agosto, 10 y 19 hs.

# Presentación de las Publicaciones realizadas por profesores de la Facultad de Diseño y Comunicación



En ocasión de la finalización de las clases del primer cuatrimestre, el 2 y 3 de julio pasado, los profesores de la Facultad de Diseño y Comunicación se reunieron para presentar las publicaciones realizadas entre julio 2000 y junio 2001 que reúnen trabajos realizados por el claustro académico de la Facultad.

La Facultad tiene una línea de publicaciones, algunas para consultar y otras para difundir, que reúnen parte de los trabajos realizados por los profesores en los distintos proyectos que participan con sus estudiantes. Estos proyectos se integran en el Programa de Desarrollo Académico de la Facultad.

## Publicaciones de la Facultad de Diseño y Comunicación:

1. Cuaderno 1. Proyectos en el Aula \*
  - Las medianas empresas como fuente de trabajo potencial para la Relaciones Públicas.  
*Proyecto realizado por Lorenzo Blanco.*
  - Influencia de Internet en el ámbito de la Relaciones Públicas.  
*Proyecto realizado por Silvia Bordoy.*
 Setiembre 2000. Tirada de 500 ejemplares.
2. Reseñas Bibliográficas  
Susana González, coordinación.  
Febrero 2001. Consulta.
3. Creadores de Imágenes 2000/ I.  
Entrevistas a profesionales del Diseño Diseñadores de Imagen y Sonido.  
Carlos Moran, coordinación.  
Abril 2001. Consulta.
4. Creadores de Imágenes 2000/ II.  
Entrevistas a profesionales del Diseño Diseñadores Gráficos y Diseñadores Textil y de Indumentaria.  
Carlos Moran, coordinación.  
Abril 2001. Consulta.

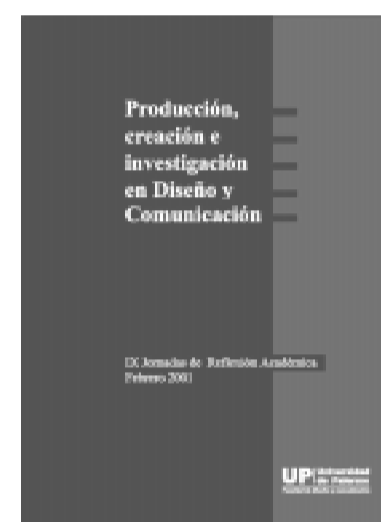
5. Cuaderno 2 Proyectos en el Aula \*
  - Del cuerpo a las maquinas del cuerpo.  
*Proyecto realizado por Débora Belmes.*
  - Televisión informativa y de ficción en la construcción del sentido común en la vida cotidiana.  
*Proyecto realizado por Sergio Guidalevich.*
  - El grupo como recurso pedagógico  
*Proyecto realizado por Osvaldo Nupieri.*
  - Miseria de la teoría.  
*Proyecto realizado por Gustavo Valdés.*
 Mayo de 2001. Tirada de 500 ejemplares.
6. Cuaderno 3 Proyectos en el Aula.\*  
Arte Digital e interactividad  
*Proyecto realizado por Fernando Rolando.*  
Junio de 2001. Tirada de 500 ejemplares.
7. Relevamiento Documental \*  
**Arte digital: Guía bibliográfica.**  
*Proyecto realizado por María Laura Spina*  
Junio de 2001. Tirada de 500 ejemplares.
8. Para empresas e instituciones.  
Producciones de estudiantes  
Julio de 2001. Consulta.
9. Memorias de Proyectos en el Aula 2000  
Parte 1  
Julio de 2001. Consulta.
10. Memorias de Proyectos en el Aula 2000  
Parte 2  
Julio de 2001. Consulta.



Débora Belmes y María Laura Spina presentaron sus trabajos.

(\*) Las publicaciones que poseen asterisco, fueron presentadas por los docentes que realizaron los proyectos y distribuidas en la reunión del día 2 de julio. Los interesados pueden solicitar una copia sin cargo en la Coordinación de la Facultad o consultar en: [www.palermo.edu.ar/dyc/produccionesacad\\_index.htm](http://www.palermo.edu.ar/dyc/produccionesacad_index.htm)

## IX Jornadas de Reflexión Académica 2001



Las acciones de producción, creación e investigación integradas al proceso de aprendizaje forman parte del diseño curricular de la Facultad. El liderazgo de los profesores y la participación de los estudiantes hacen realidad este diseño desde una perspectiva innovadora, flexible y diversificada. Este compromiso permite una incorporación, permanente y crítica, de los cambios que se producen en los campos profesionales y disciplinares pertinentes a las carreras que ofrece nuestra Facultad.

La producción sistemática, la creación constante y la investigación aplicada sostienen un trabajo académico orientado a la formación de profesionales para el cambio permanente, habituados a reflexionar sobre sus prácticas, entrenados en la lectura de las realidades y en la creación original de nuevas formas y mensajes que, bajo múltiples soportes y estrategias, entiendan y superen las necesidades, intereses y posibilidades de su época.

Este documento reúne los abstracts de las ponencias presentadas por los profesores de la Facultad en las IX Jornadas de Reflexión Académica realizadas en febrero de 2001. Las Jornadas fueron el espacio de intercambio y debate académico que organiza la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año '93 y que, año tras año, convoca a participar activa, libre y creativamente a todos sus profesores en torno a un tema integrador. Este año fue "Producción, creación e investigación en diseño y comunicación".

# Auge de la publicidad latinoamericana



Balance de las V Jornadas de Publicidad organizadas en mayo, entre la Facultad de Diseño y Comunicación y Adlatina.

El 29 y 30 de mayo pasado tuvieron lugar las V Jornadas Universitarias de Publicidad, organizadas con el asesoramiento y la colaboración de Adlatina, con la coordinación de Jorge Martínez, director de dicho medio, y la participación de importantes directores de agencias, creativos y periodistas especializados.



La temática convocante del evento fue “**El ascenso de la publicidad latinoamericana**” en los últimos tiempos, teniendo en cuenta el quinto puesto mundial con que se ha calificado a la creatividad argentina.

Participaron de este evento Fernando Vega Olmos, Carlos Pérez, Darío Lanis, Rodrigo Figueroa Reyes, Joaquín Mollá, Daniel Marcet, Carlos Acosta, Héctor Zabala y Pancho Dondo.

Un numeroso público, con fieles seguidores desde hace años, colmó el auditorio donde se desarrollaron estas jornadas. Alumnos sentados en los pasillos, profesores y jóvenes profesionales agolpados en la entrada del salón, intensos debates e interesantes planteos por parte de cada uno de los expositores con un genuino interés del público en continuar dialogando con los expositores alargando las exposiciones, un clima relajado y de mucho entusiasmo y la coordinación “en escena” de Jorge Martínez, hicieron de este evento todo un éxito logrando con creces los objetivos propuestos.

Fernando Vega Olmos, presidente y director general creativo de VegaOlmosPonce, tuvo a su cargo la apertura del evento en donde hizo gala de su reconocido carisma al plantear su postura frente al ascenso de la publicidad latina a nivel mundial y, particularmente, la situación argentina en la actualidad, dejando un mensaje altamente optimista y movilizador para los jóvenes profesionales que tendrán en sus manos el futuro de la publicidad argentina, apelando al potencial creativo de nuestro país.

El FIAP 2001 (Festival Iberoamericano de Publicidad) no podía estar ausente de un evento de estas características. El primer día a la noche Daniel Marcet, director del festival, tuvo a su cargo la presentación de la última edición del festival por excelencia para la publicidad iberoamericana.

Carlos Pérez, director general creativo de Ratto/BBDO y responsable de la campaña de Seven Up, deleitó al público con un original abordaje del tema desde la música y su dinámica creativa, haciendo una analogía de los formatos autóctonos adaptados al formato comercial y a gran escala de Estados Unidos, tomando algunos destacados músicos y haciendo una interesante recorrida por diferentes ritmos latinos que fueron hit a nivel mundial a lo largo del Siglo XX.

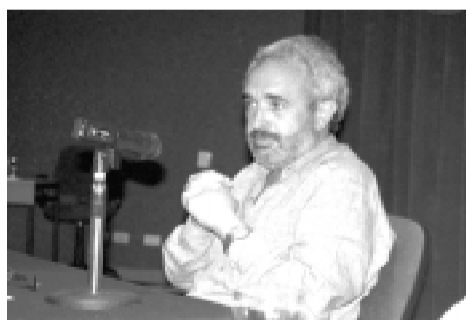
Ya en la recta final, el día miércoles a la tarde, se reunieron tres de los periodistas especializados más importantes con experiencia en cobertura internacional, para dar su opinión

sobre la situación actual de la publicidad latinoamericana, abordando no sólo la situación de liderazgo de Argentina y Brasil sino los casos de otros países latinos como Venezuela, Colombia, Ecuador y México.

Como cierre del evento, Rodrigo Figueroa Reyes, Darío Lanis y Joaquín Mollá, todos ellos directores de agencia y creativos de renombre, actualmente manejando campañas a nivel regional, fueron los encargados de dar la nota final, dando sus puntos de vista sobre los actuales desafíos que debe enfrentar la publicidad latina, focalizándose especialmente en los casos de Argentina y Brasil.



de izq a der. Joaquín Molla y Figueroa Reyes



Carlos Acosta



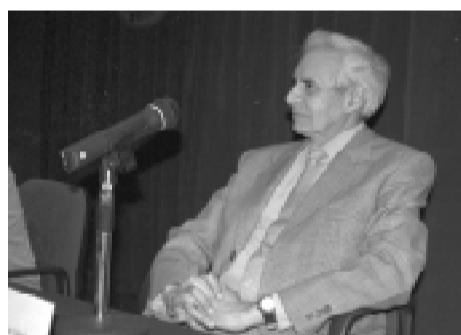
Pancho Dondo



Jorge Martínez



Carlos Pérez



Hector Zabala



Fernando Vega Olmos

## La Defensa de los Consumidores en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Seminario organizado con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

**gobBsAs**

Temas:

- Derechos del consumidor
- Educación y asesoramiento al consumidor
- Publicidad y defensa del consumidor
- Políticas de estado relativas a la defensa de los consumidores

**Miércoles 12 de setiembre de 2001**  
de 10 a 12 y de 19 a 21.30

Coordinador académico: **Dr. Jorge Surin**

Está abierta la inscripción, libre y gratuita, al Seminario. Teléfonos: 4964-4500 ints. 1502, 1513, 1514 y 1530 o 4964 4646 (directo). E-mail: consultasdc@palermo.edu.ar

# Nuevos campos para los guionistas

Conferencia dictada el 21 de mayo último por Esther Feldman, coordinadora creativa de la productora Ideas del Sur en las II Jornadas Técnicas de Guión 2001: Cine, Teatro, Televisión, Multimedia, Comic organizadas por nuestra facultad y la New York University.



Buenas noches, realmente ver tantas personas interesadas en los guiones en este momento del país ya es un aliciente. Les agradezco que hayan venido y espero que mi charla les sirva para algo.

Mi intención esta noche no es dar una conferencia sino mantener una charla con ustedes. Les pido que levantando la mano o haciendo cualquier otro tipo de señas, me interrumpan cuando quieran y pregunten lo que quieran. Sobre mi vida privada no doy declaraciones pero sobre cualquier otro tema pueden preguntar.

Cuando me propusieron dar esta charla, realmente no sabía de qué hablar. Pensé hablar de "los procesos de creación de una historia", de "la estructura de un guión de televisión", de "la construcción de los personajes", de "los diferentes géneros y sus especificidades".

Todos temas interesantes y prioritarios a la hora de querer dedicarse a esta profesión de escribir para medios audiovisuales. Pero la elección final de "Los nuevos campos para los guionistas" tuvo que ver, como no podía ser de otra manera, con una historia personal.

Trabajando 12 horas por día y con una familia, casi no tengo tiempo para encontrarme con amigos. Después de varias idas y venidas por teléfono, finalmente un día me encuentro con un amigo del alma que también es un colega renombrado. Las primeras tres horas de nuestro encuentro se pasaron entre chismes y análisis de la situación actual de la televisión argentina.

Yo, que aparte de ser autora, soy mujer, me pasé una hora y media de esas tres horas, hablando de la disyuntiva entre seguir creciendo como Directora creativa en programas de entretenimiento o volcarme solamente a la tarea autoral.

Mi amigo me miró con una sonrisa y me hizo una pregunta certera: Vos que querés ser cuando seas grande?

Yo quiero escribir. Es lo que hago hace 10 años como profesional en la televisión y desde hace 30 en la vida. Sin embargo, admití enseguida, que disfruto y valoro la tarea de pensar, estructurar y de manera más metafórica, también escribir programas de entretenimientos. Cómo se resuelve esta disyuntiva?

En realidad no se resuelve de manera interna, o por lo menos yo todavía no he podido resolverla. Sin embargo, las siguientes dos horas de la charla con mi amigo, me sirvieron bastante para aclarar el panorama y un resumen de eso es lo que hoy voy a intentar transmitirles.

Cuando yo empecé en la televisión abierta había por lo menos dos caminos muy claros por donde empezar: Uno, el que yo tomé y todavía recomiendo, era el de **incorporarse a trabajar como miembro de algún equipo de autores prestigiosos**. Hago un paréntesis y les explico por qué lo recomiendo: Yo creo firmemente en que los autores de televisión somos más artesanos que artistas, y como tales debemos hacer el camino del **aprendiz** que luego pasa a ser **oficial** para finalmente, con bastante suerte llegar a ser **maestro**. Vale aclarar que en este camino influyen, para llegar al éxito, no solo la habilidad del discípulo, si no también la predisposición del maestro.

El otro camino era el del **proyecto propio**: escribir la síntesis de una historia y comenzar a transitar los pasillos de los canales. Hablar con productores y directores, interesarlos en el proyecto y la culminación de eso era que te recibiera Hugo Di Guglielmo, Romay o Gustavo Yankelevich.

En esta época, lejana, que les estoy contando, era el autor el que motorizaba la concreción de la obra. **El autor era el padre** del proyecto y como tal era reconocido.

Qué pasa hoy en día? No es una pregunta retórica, me gustaría que ustedes me dieran su percepción del estado actual de las cosas.

La realidad es que hoy en día **los padres son los productores**. El autor ha pasado a ser un engranaje más en la maquinaria de la producción televisiva. En este punto ustedes me podrían decir: lo único que ha cambiado es que en lugar de transitar los pasillos de los canales uno debe transitar los pasillos de Pol-Ka, de Ideas del Sur o de cualquiera de las otras productoras. La respuesta es sí, se puede y de hecho se hace. Eso no cambia las cosas. De prosperar el proyecto, el padre sigue siendo la productora porque es la única instancia que puede concretar el proyecto.

Resumiendo, lo que intento explicarles es que sin duda el lugar del autor a cambiado y no lo digo a modo de queja, lo digo como un dato objetivo de la realidad y creo que saberlo es lo único que nos puede permitir incorporarnos en el circuito laboral, que supongo que es la idea de todos o por lo menos gran parte de ustedes.

Entonces, ya tenemos ubicado al autor dentro de la realidad actual. Ahora hagamos lo mismo con el estado de la televisión argentina.

Cuando yo empecé la mayoría de la grilla de los canales principales estaban cubiertas por diferentes productos de ficción: era la época de las exitosas comedias familiares (Grande Pa, Amigos son los Amigos, etc.) Era la época de

las grandes producciones de telenovelas (como La extraña Dama), también era la época de los unitarios o miniseries de temas polémicos o sociales (Zona de riesgo, por ejemplo). También era la época de los programas para niños o adolescentes (Pelito, Clave de sol, Montaña Rusa, Amigovios, etc.).

La ficción no solo marcaba el perfil de un canal si no también su poder. Cuanto más costosa y más espectacular era, más prestigio tenía el canal emisor. Pero sobre todo, haciendo un análisis frío de la situación, la ficción atraía a los anunciantes. Daba ganancias, se podía hacer.

Qué pasa actualmente? Los invito a mirar la grilla semanal de los canales: la tarde salvo excepciones no es competitiva: latas extranjeras de bajo costo y alto rendimiento. Desaparecieron las propuestas para niños, el cable lo absorbe todo, casi no hay propuestas para adolescentes por el mismo motivo.

No me tomé el trabajo de hacer un cálculo de horas pero es evidente para cualquiera que la gran mayoría de los horarios están cubiertos por programas de entretenimientos y variedades y reality shows.

A este punto quería llegar. Podemos debatir, y si ustedes realmente lo quieren lo hacemos, si son buenos, malos, nocivos, truchos, especulativos, y todos los adjetivos que se les puedan ocurrir.

Pero antes de meternos en esa discusión quiero que registren que detrás de todos esos programas hay guionistas. El reality de mayor éxito de la televisión actual, EL GRAN HERMANO, está a cargo como editor de historia de Sergio Vainman. El más polémico de los reality, EL BAR, está a cargo como editor de historia también, de Daniel Guebel, escritor y guionista de cine.

Estos no son casos aislados, detrás de todos los reality y de todos los programas de entretenimientos hay autores y guionistas. Se sorprenderían al saber que varios autores literarios trabajan aportando temas para Talk shows.

Con esta observación elimino una primera falacia: este tipo de programas no nos quitan trabajo, nos dan otro campo de trabajo. A lo mejor, insisto en este punto, no es el trabajo que soñamos en el momento de tomar la decisión de ser profesionales del guión, pero si tomamos la decisión de ser, justamente, profesionales, es necesario que aceptemos todo tipo de reto. Y les advierto, que estos programas, son realmente un reto.

Voy a volver a recurrir a mi historia personal. Espero no aburrirlos. Corría el año 1998 y yo me dedicaba de lleno a mi trabajo como autora en canal 13. Ya las condiciones eran distintas a mi primera época. En ese entonces estaba escribiendo una comedia, estilo sitcom, de media hora. Digo estilo porque lo único que tenía igual era que se desarrollaba en tres decorados, con cuatro actores fijos y dos bolos. Ah, y era una comedia.

Les estoy hablando del ciclo llamado DESESPERADAS POR EL AIRE. La realidad es que lejos de producirse como una verdadera sitcom era la demostración desesperada, como su título, de mantener la ficción dentro de un canal. El asunto es que yo a esa altura, ni

pensaba en que mi camino podía irse para otro lado.

Un día me llama un productor, Damián Kirzner, que era uno de los dueños de La Usina, junto con Horacio Levin y Carlos Rotemberg, para pedirme un asesoramiento por un unitario de ficción que tenían en el aire en ese momento por América y que tenía algunos problemas de guión. Por supuesto fui a verlo, hice el asesoramiento durante el tiempo que duró el unitario al aire pero, lo importante de esta anécdota es que cuando terminé mi trabajo tuve una larga conversación con Damián Kirzner.

Me da un poco de pudor contarla pero en tren de confesiones lo voy a hacer, me dijo que a él le interesaba mi mirada general sobre la televisión. Me contó que él "importó", por decirlo de alguna manera, de España, la figura de la dirección creativa. Una figura bastante difícil de explicar porque no es la del productor ejecutivo, pero tampoco es la del guionista. Es una figura que tiene que ver con el contenido Macro de un programa, su estructura, su desarrollo, las funciones de cada elemento, etc., pero también, con el contenido Micro o particular de cada envío. Es decir te tenés que ocupar de todo.

La cuestión es que yo, en ese momento le agradecí aunque le aclaré que yo cuando fuera grande quería ser autora pero quedé a su disposición para cualquier necesidad.

Vino la época negra de la ficción. Más negra que la actual y un día recibo el llamado, nuevamente de Damián. Estaba por lanzar un programa de entretenimientos para la tarde de canal trece y quería que yo hiciera la Dirección Creativa.

Y ahí comenzó otra etapa en mi vida profesional. Empecé a aprender los sí y los no de un juego, cómo pensarlo, qué lugar debe tener el público espectador, cómo se desarrollaba una rutina de aire. Aprendí también a editar una nota, a hacer el aire de un programa en vivo. A transmitirle a todo un equipo media hora antes de salir al aire cómo iba a ser el programa del día y qué se esperaba de cada uno de ellos. También aprendí a tratar con los anunciantes, a intentar darles el gusto, porque de ellos comemos, pero sin descuidar la calidad artística del programa. Aprendí de cámaras, de sistemas de sonido, de iluminación. Pude ejercitar por primera vez la dirección de actores en skechts en vivo, también los pude escribir y trabajar sobre la improvisación. En fin, debo reconocer que hablando estrictamente, aprendí de televisión en un sentido mucho más global que el de escribir los guiones. Y también debo admitir que todo ese aprendizaje me sirve hoy en día para pensar y escribir guiones.

A este primer programa le siguieron otros. Trabajé para la Sony adaptando y escribiendo el Formato de la Guerra de los Sexos, luego vino Fugitivos de la mano de Ideas del Sur, también con Damián Kirzner y por último mi incorporación como coordinadora creativa de la productora, cargo que actualmente sigo ejerciendo. En este camino me tocó viajar reiteradas veces a España para realizar Fugitivos para la cadena Antena 3.

Este sí es todo un capítulo aparte, porque el aprendizaje fue inmenso. De todas maneras el punto que quiero tocar es el relacionado a nuestra tarea. El primer trabajo que tenía que hacer en España era la encontrar a una persona

## CONFERENCIAS

que hiciese el trabajo que yo hacía en Argentina, allí. Es decir un o una directora creativa. También debía conformar un equipo de guionistas. Como no conocía el mercado español recurrí a los productores ejecutivos de la cadena para que me dieran opciones. Ahí tuve mi primera sorpresa. En España y luego descubrí que eso ocurre en toda Europa y en Estados Unidos, hay guionistas especializados en programas de entretenimientos. La segunda sorpresa fue que estos guionistas tienen representantes y que realmente cobran muy bien por su trabajo. La tercera sorpresa, y esto lo cuento a modo de curiosidad, es que no se prestan a hacer pruebas. O los tomás o no los tomás pero ellos no piensan una sola idea si no están contratados.

Más allá de la suerte que tuvo Fugitivos en España, la realidad es que se me abrió la cabeza en relación al trabajo que estaba realizando. Descubrí la proyección internacional que un guionista puede tener en programas de este estilo. Una proyección mucho mayor que la de la ficción ya que es menos idiosincrático y no hay prácticamente barreras lingüísticas. Pero sobre todo, aprendí a darle el valor que este trabajo tiene en si mismo.

Los creadores de formatos son autores. John Demol, el creador del Gran Hermano, es autor. El creador de la Guerra de los sexos, es un australiano, muy simpático por cierto, también es autor y hoy vende junto a la Sony su formato por todo el mundo. Las productoras nacionales e internacionales viven comprando y buscando formatos para poner en el aire y los buscan entre los autores. En resumen, todos los que piensan, estructuran y desarrollan un formato son autores.

Pero que pasa con quienes reciben un formato X, reciben la llamada biblia con todas las explicaciones y especificaciones propias de ese formato y lo que tienen que hacer es desarrollarlo en su país?

Acá llegamos a un punto realmente polémico. Los formatos como tales tienen autores intelectuales que son quienes reciben las regalías por derecho de autor. Hasta acá estamos todos de acuerdo. Pero el punto es que quienes trabajan cotidianamente ya sea en la elaboración de preguntas, si se trata de un programa de preguntas y respuestas, ya sea en el armado de la historia que sale al aire, si se trata de un reality o en la elaboración de juegos o secciones si se trata de un programa de entretenimientos, también deberían cobrar sus regalías. El tema del derecho de autor es un tema álgido. Bastante dejado de lado por nosotros mismos, se sorprenderían al saber que autores renombrados y con trayectoria en el medio no son socios de la única entidad que nos protege que es Argentores. A lo mejor alguno de ustedes leyó la polémica que hubo en las últimas elecciones de la institución, lo que yo intento transmitirles, es que más allá de la gestión de un grupo, mala o buena, Argentores es la única institución que tenemos los autores para salvaguardar nuestros derechos.

Pero somos nosotros los que tenemos que entender que si trabajamos en programas de no ficción seguimos siendo guionistas. Es decir somos nosotros los que debemos primero internamente, jerarquizar la tarea de los guionistas en este tipo de programas. Eso no quiere decir, para nada, dejar de escribir ficción, se puede hacer en paralelo, de hecho yo soy un ejemplo de eso, se puede hacer durante un periodo de la vida profesional o se puede elegir como una vía específica para desarrollarse. Sea cual sea nuestra elección hagamos respetar nuestros derechos como autores.

# Mientras terminás el secundario, adelantá una materia en la Universidad... gratis.

## Programa Conocer para Elegir

Esta oferta de la Universidad de Palermo se orienta básicamente a los estudiantes del último año del secundario que están en un proceso de orientación vocacional y de selección institucional.

Los estudiantes podrán cursar una materia en la carrera que ellos deseen sin ningún costo. Cuando terminen el cursado recibirán un certificado de asistencia a la misma. Si durante el año 2002 deciden estudiar en la Universidad de Palermo, la materia cursada se le reconocerá, mediante una evaluación académica, en la carrera que elija.

El objetivo de este Programa es que tanto futuros estudiantes universitarios como familias tengan toda la información necesaria para una adecuada elección. Todos los interesados, sean o no estudiantes universitarios, pueden consultar por las carreras, materias y horarios disponibles en: Informes de la Universidad de Palermo, Córdoba 3501 (esq. Mario Bravo).

### Conocer para elegir en Diseño y Comunicación

En la Facultad de Diseño y Comunicación los interesados en cursar una materia gratis lo podrán hacer en las siguientes carreras y programas:

#### Carreras

- Diseño Gráfico
  - orientaciones de Diseño*
  - Diseño Editorial
  - Diseño de Imagen Empresaria
  - Diseño de Packaging
  - Diseño Publicitario
- Diseño Audiovisual (Diseño de Imagen y Sonido)
- Diseño de Interiores
- Diseño Textil y de Indumentaria (Modas)
- Diseño Industrial
- Comunicación Audiovisual (Cine y Televisión)
- Publicidad
- Relaciones Públicas
- Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo

#### Carreras Cortas y Programas de Capacitación

- Organización de Eventos
- E-Design
- Promoción Publicitaria
- Guión

Para mayor información e inscripción, Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso. Teléfono: 4964 4500 int 1510

## Semana de Orientación en Diseño y Comunicación

Para interesados en comenzar a estudiar en agosto 2001 y en marzo 2002

Las respuestas a estas y otras preguntas se expondrán en este ciclo destinado a futuros estudiantes.

1. ¿Los egresados trabajan en la profesión?
2. ¿Los profesores son profesionales?
3. ¿Cómo son los planes de estudio?
4. ¿Puedo hacer después una Maestría?
5. ¿Las clases son prácticas?
6. ¿Cuántos alumnos hay por clase?
7. ¿Hay Bolsa de Trabajo?
8. ¿Internet es gratis? ¿La Biblioteca está actualizada?
9. ¿La Carrera tiene orientaciones?
10. ¿Qué son las materias electivas?

### Actividades para interesados en comenzar en agosto 2001

#### MODULO NOCHE

- Publicidad, Relaciones Públicas y la Organización de Eventos.  
**Martes 7 de agosto a las 19 hs.**

- Diseño Gráfico, Industrial, de Interiores y de Modas.  
**Miércoles 8 de agosto a las 19 hs.**

- Diseño de Imagen y Sonido, E-design, Cine y Televisión.  
**Jueves 9 de agosto a las 19 hs.**

### Actividades para interesados en comenzar en marzo 2002

#### MODULO MAÑANA

- Publicidad, Relaciones Públicas y la Organización de Eventos.  
**Martes 14 de agosto a las 10 hs.**

- Diseño Gráfico, Industrial, de Interiores y de Modas.  
**Miércoles 15 de agosto a las 10 hs.**

- Diseño de Imagen y Sonido, E-Design, Cine y Televisión.  
**Jueves 16 de agosto a las 10 hs.**

## Actividades con alumnos secundarios



Patricia Doria habla de Diseño de Modas



Martín Stortoni presenta la carrera de Publicidad



Sergio Baldasarre expone sobre la carrera de Cine y Televisión



Alumnos secundarios durante las charlas

Las actividades son libres y gratuitas. Requieren inscripción previa. Para mayor información comunicarse a los siguientes teléfonos: 4964-4500 internos 1502, 1530, 1513 y 1514 ó 4964 4646 (directo) Fax: 4964 4641 [consultasdc@palermo.edu.ar](mailto:consultasdc@palermo.edu.ar)

# Reseñas Bibliográficas

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

## PACKAGING. ENVASES Y SUS DESARROLLOS

Comentado por Antonio Sensini

Mc Graw Hill Interamericana editores, S.A. de C.C. División profesional México, D.G.

**Packaging. Envases y sus desarrollos** es el primer libro que ofrece a los diseñadores y a sus clientes una verdadera fuente de inspiración y una referencia muy valiosa cuyo objetivo es potenciar la creación y la producción de diseños de packaging interesantes e innovadores.



La gran variedad de plantillas para envases de cartón demuestra la diversidad de posibilidades de packaging, y las tomas fotográficas de los modelos finales –muy atractivas y libres de cualquier elemento gráfico– alimentan la imaginación. Junto a los diseños, unos textos descriptivos comentan las características distintivas de los productos y su idoneidad. Además, el sistema de pictogramas presenta con rapidez la información sobre diversos aspectos, desde las repercusiones ecológicas del diseño hasta el material más conveniente.

A lo largo del libro se recuerdan los principios del packaging, se tratan los puntos que más interesan al diseñador de packaging actual, se comenta la historia de algunos envases ya clásicos y se explica las particularidades de la fabricación de envases de cartón. Se incluye asimismo una sección con los diferentes tipos de cierres y una tabla con los materiales más utilizados. El CD-Rom adjunto es compatible con MAC y PC y contiene la versión digital de las plantillas, que pueden usarse tal cual o como base para un nuevo diseño.

En definitiva, **Packaging. Envases y sus desarrollos**, más que un libro, es un instrumento imprescindible para cualquiera que esté en relación con el sector del diseño de packaging. Edward Denison es diseñador y asesor de proyectos. En la actualidad reside en Sydney

(Australia), ciudad donde trabaja en diseños industriales sostenibles.

Richard Cawthray es ingeniero industrial y reside en Manchester (Inglaterra).

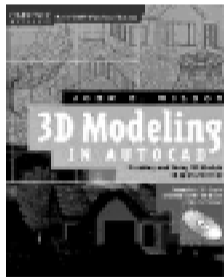
Ambos han sido galardonados con varios premios dentro del mundo industrial, y pertenecen a la nueva generación de expertos en packaging y diseño preocupados por las repercusiones medioambientales.

## 3D MODELING IN AUTOCAD Creating and Using 3D Models in AutoCAD 2000

Comentado por Antonio Tecchia

Autor: **John E. Wilson**  
San Francisco: Miller Freeman Books, 1999. (005.3 WIL 039323)

El modelado de objetos tridimensionales de alta complejidad utilizando programas CAD fue tradicionalmente una especialidad difícil de aprender y de enseñar, la imprescindible necesidad de un soporte conceptual de geometría del espacio y las originarias limitaciones de las herramientas que proveían las primeras versiones hicieron que, solo un porcentaje mínimo de los usuarios de AutoCAD alcanzaran habitualmente un aceptable desempeño en dicha área. En este libro, se abordan en profundidad la totalidad de las diferentes técnicas de modelado 3D que proporciona AutoCAD 2000, tratando de hacerlas alcanzables para aquellos usuarios que desean lograr un dominio acabado de tales recursos. Su autor, veterano columnista de CADENCE Magazine, una de las legendarias revistas técnicas americanas dedicadas al mundo del CAD, diseñador y desarrollador de aplicaciones para el proyecto de dispositivos de control de plantas nucleares, se propone en las 484 páginas del libro no dejar de profundizar ningún tema que tenga que ver con el dominio profesional de AutoCAD en 3D. Meticulosamente, abarca desde la clásica construcción a través de líneas espaciales de



modelos wireframe, hasta el verdadero modelado y edición de sólidos ACIS y el manejo analítico de las mass properties, pasando por las 3Dmesh y todos los tipos de superficies, por el output 2D en paper space de los modelos 3D, y por la producción de renderings con las herramientas propias de AutoCAD.

La exhaustividad en el desarrollo teórico de los diversos temas, además de los abundantes ejemplos e ilustraciones, el carácter didáctico de los ejercicios, el respeto por los más mínimos matices conceptuales de las diferentes funciones y variables de sistema que operan en 3D, y, fundamentalmente la fidelidad a la lengua originaria del software, sin recortes ni simplificaciones debidas a malas traducciones, hacen de este libro un acabado e interesante material de consulta para aquellos usuarios avanzados de AutoCAD que actúan en el ámbito del diseño de objetos, ingeniería mecánica, diseño industrial, arquitectura, diseño de interiores, y todo otro campo donde la proyectación espacial requiera de un despliegue profesional de las herramientas de modelado 3D.

## THE BEST SEASONAL PROMOTIONS

Comentado por María Laura Spina

Autor: **Evans, Poppy**, Cincinnati: North Light, 1997. (741.6 EVA)

Este extraordinario libro presenta diversos elementos utilizados como material de promoción, desde las tradicionales tarjetas de salutación hasta regalos de todo tipo. En sus páginas podrán encontrarse, a su vez, múltiples opciones de folletos, papel ornamentado, remeras y packagings que buscan con un atractivo diseño atraer a diferentes públicos. El material promocional propuesto se destaca con impecables fotografías y comentarios alusivos a la fecha para la que fueron diseñados (Navidad, Año Nuevo, cumpleaños, vacaciones, nacimientos, etc.) El libro es ampliamente recomendado para los alumnos de Diseño Gráfico y para aquellos alumnos de la Licenciatura en Publicidad que cursan la asignatura Campañas publicitarias en Punto de Venta.



## Computación Gráfica 2001 Agosto

• **PHOTOSHOP** (1ª parte)  
Programa de retoque fotográfico e ilustración. En este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.  
**Lunes 13 y 27 agosto; 3 y 10 de setiembre de 11.15 a 13**

• **PHOTOSHOP** (2ª parte)  
En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.  
**Lunes 13 y 27 agosto; 3 y 10 de setiembre de 14 a 15.30**

• **ILLUSTRATOR**  
Programa de diseño vectorial e ilustración, equivalente al COREL, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.  
**Martes 14, 21 y 28 de agosto y 4 de setiembre de 10 a 11.30**

• **FLASH**  
Programa de diseño vectorial y animación en 2D, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.  
**Miércoles 15, 22 y 29 de agosto y 5 de setiembre de 11.15 a 13**

• **Personalización de Sitios WEB**  
Módulo de aprendizaje de programas complementarios para realizar los objetos que se aplicarán en un diseño Web, tratamiento de imágenes GIF y JPG en Photoshop, Gif animados en Gif Animator, Cool 3D y Flash, sus herramientas y opciones en general.  
**Miércoles 15, 22 y 29 de agosto y 5 de setiembre de 14 a 15.30**

• **PAGE MAKER**  
Programa de diseño editorial y autoedición, en este único módulo, las herramientas y opciones en general para diagramar revistas y páginas múltiples.  
**Miércoles 15, 22 y 29 de agosto y 5 de setiembre de 15.30 a 17**

• **POSER**  
Programa de modelado y animación de figuras humanas y de animales, en este único módulo, las herramientas y opciones en general. Su complemento con otros programas 3D.  
**Miércoles 15, 22 y 29 de agosto y 5 de setiembre de 17 a 18.30**

• **COREL DRAW** (1ª parte)  
Programa de diseño vectorial e ilustración, en este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.  
**Jueves 16, 23 y 30 de agosto y 6 de setiembre de 11.15 a 13**

• **COREL DRAW** (2ª parte)  
En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.  
**Jueves 16, 23 y 30 de agosto y 6 de setiembre de 15.30 a 17**

• **DREAMWEAVER**  
Programa de diseño de sitios y páginas web, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.  
**Jueves 16, 23 y 30 de agosto y 6 de setiembre de 14 a 15.30**

• **DREAMWEAVER**  
**Viernes 17, 24, 31 de agosto y 7 de setiembre de 17 a 18.30**

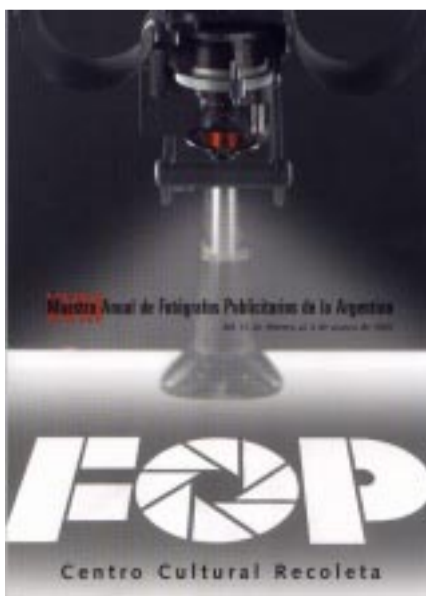
• **FLASH**  
**Viernes 17, 24, 31 de agosto y 7 de setiembre de 19 a 20.30**

En setiembre se iniciará una segunda parte de FLASH y un Curso de Photoshop 6, implementando sus nuevas características en nuevos ejercicios. (Estos cursos estarán sujetos a la disponibilidad de los Laboratorios de Palermo I. Consultar en Coordinación).

Horario de consulta del prof. Walter Martínez:  
• Lunes de 10 a 11  
• Miércoles de 9 a 11  
• Viernes de 10 a 13

Informes e inscripción:  
Facultad de Diseño y Comunicación, 1º piso.  
Tel: 4964-4500 int. 1510 fdydc@palermo.edu.ar  
Los cursos se realizarán en la sede Palermo I, Mario Bravo 1302.

## Muestra Fotográfica



Durante agosto se exhibirán trabajos de Javier Agostinelli, Baldi y Asociados, María Cristina Cassinelli, Cavallero-Landivar, José Chiodini, Alejandro Dans, Sindo Fotógrafo Fariña, Adrián Gilardoni, Guillermo Gimenez, Heinrich-Sanguinetti, Rafael Lequeira, Mario Blas Lopez, J. C. Lopez Chenevet, Luzzi & sanguinetti SRL, Hécor Nahmad, Otamendi- Vazquez, Tono Pafundi, Steve Percival, Guillermo Perez Curto, Carolina Preve, Carlos San Martín, Claudio Suter, Torres Fotografía, Carlos Tinedo, Ulde y Asociados, Vazquez Parravano y Julio Viard, integrante de **FOP, Asociación de Fotógrafos Publicitarios de la Argentina.**



Agosto  
Mario Bravo 1050, planta baja.



# Qué hacen nuestros estudiantes?

**Martín Díaz Andrade** de la carrera de Publicidad, **Victoria Ramognini**, estudiante de la carrera de Relaciones Pública, **Verónica Izaguirre** egresada de la carrera Diseño Textil y de Indumentaria, **Javier Bernardo** y **Jimena Celis**, egresados de Diseño Gráfico.

## Martín Díaz Andrade

Es estudiante avanzado de la carrera de Publicidad en la Universidad de Palermo, restándole solo dos capítulos para presentar su Tesis.

Nos contó una interesante experiencia laboral en su desempeño para la agencia "red-Ad-Horomen" referida a comunicación de Bien Público.



Martín es desde hace aproximadamente un año, colaborador en la agencia en la confección de campañas de bien público, dicho emprendimiento está presidido por Guillermo Caro, Director creativo de Ogilvy & Mather,

referido a la confección e implementación de campañas de bien público de orden tanto regional como nacional.

Ha colaborado en varios y muy interesantes proyectos, siendo uno de ellos merecedor de su atención. Trabajando en equipo con Guillermo Caro, ha desarrollado una campaña de publicidad gráfica para la **Fundación Esperanza 2000**, para la prevención de la drogadicción. Dicha campaña publicó en los principales medios gráficos como ser, diario La Nación, las revistas Noticias, Planeta Urbano, El Publicitario, RTM, D-Mode y las postales de Via Postal.

De este manera, las características y contexto de dicha campaña de prevención de la drogadicción motivaron a la revista Target, interesada en el caso, a efectuar una completa nota comentando esta campaña, en su número 33, pág. 4, diciembre 2000. "...*Guillermo Cano y Martín Díaz Andrade, los creativos de la agencia Ad-Honorem comprendieron, como punto de partida, que los jóvenes destinatarios de los mensajes constituían un interlocutor no sólo agudo, sino también susceptible.*"

## Verónica Izaguirre

Egresada de la carrera Diseño Textil y de Indumentaria de nuestra Universidad, ganó una beca para realizar un post grado en Diseño de Indumentaria. "Textil y Moda - Piel y Cuero", organizado por el INTI (Instituto Nacional de Tecnología Industrial), el CIT (Centro de Investigación Textil) y el Centro Análisis Sociale Progetti di Roma, respaldado por: Sociedad Cotecno de Roma, Estudio Lanna y asociados, Polimoda, Universidad de Florencia, Universidad "La Sapienza" de Roma, ISIA de Florencia.

Estos cursos tienen como propósito generar conocimiento e impulsar el desarrollo de las Pymes de los países del Mercosur.

## Victoria Ramognini

Estudiante de la carrera de Relaciones Públicas de la UP nos informa que está trabajando para AIESEC, es una organización independiente y sin fines de lucro, integrada por estudiantes universitarios de instituciones de nivel superior con sede en 87 países.

El objetivo de AIESEC es promover el entendimiento cultural y la cooperación entre los diferentes países del mundo, creando oportunidades para la interacción y comunicación entre jóvenes de diferentes

culturas. Para esto, realizamos intercambios internacionales en la forma de **pasantías rentadas en el exterior**, como un medio de proveer experiencias de aprendizaje práctico y transmitir habilidades y conocimientos entre países.

Los interesados en participar en este programa de pasantías, graduados o en los últimos años de las carreras de **Marketing, Sistemas, Finanzas u otras**, con un muy buen dominio del idioma **inglés**, pueden comunicarse con la siguiente dirección de e-mail:

[pasantias@aiesec.net](mailto:pasantias@aiesec.net) o consultar la página [www.aiesec.org](http://www.aiesec.org).

## Javier Bernardo, Jimena Celis, Eugenia Lardies y Pablo Guevara Lynch

Obtuvieron la Primera Mención en el concurso para la realización de la marca de Villa La Angostura y la submarca del Centro de Convenciones Arrayanes que organizó la Municipalidad de Villa La Angostura con la colaboración de la ADG, Asociación de Diseñadores Gráficos de Buenos Aires en junio pasado. Javier Bernardo y Jimena Celis, diseñadores gráficos egresados de nuestra Facultad.



MUNICIPALIDAD DE VILLA LA ANGOSTURA

## PROGRAMA DE DESARROLLO ACADÉMICO

## Diseño e Implementación de Proyectos en el Aula

### Seminario de Capacitación

Los Proyectos en el Aula constituyen un núcleo integrador de distintas actividades, que posibilita el desarrollo de formas novedosas e innovadoras respecto de la enseñanza, incorporando a los estudiantes los estudiantes a las áreas de la creación, producción e investigación. Con el objetivo de promover y estimular la realización de Proyectos en el Aula, la Facultad ha diseñado un Taller de capacitación dirigido a los docentes que no han realizado Proyectos en el Aula.

El Taller busca dar respuesta a preguntas, tales como:

- ¿qué es un Proyecto en el Aula?
- ¿cómo seleccionar el tema de producción, creación e investigación?
- ¿qué relación existe entre los Proyectos y los concursos de la Facultad?
- ¿cómo presentar el Proyecto a los estudiantes?
- ¿qué relación existe entre la asignatura y el Proyecto?
- ¿cómo se articula con los trabajos prácticos?
- ¿cómo se integra a la evaluación de los estudiantes?
- ¿cuál es la función del Equipo de Gestión de Proyectos, y cuál es su aporte a las actividades propuestas por el docente?
- ¿cómo se presentan los resultados del proyecto?

El Taller se desarrollará en dos reuniones, cuyas opciones son: martes 31 de julio y jueves 2 de agosto, en el horario de 10 a 12, o martes 7 y jueves 9 de agosto, en el horario de 19 a 21.

### Informes e Inscripción:

Estela Pagani/Romina Pinto. TE 4964-4500 Int. 1508/1528  
rpinto@palermo.edu.ar / epagan@palermo.edu.ar

## Foro de Desarrollo Académico

### Primer cuatrimestre 2001

El Foro del Programa de Desarrollo Académico es un espacio de comunicación e intercambio de las experiencias de los Proyectos en el Aula y de los Proyectos de Desarrollo, que han generado importantes resultados en torno de la creación, producción e investigación.

Con el objetivo de presentar diversos proyectos y sus resultados, el miércoles 8 de agosto, a las 19 horas, tendrá lugar el Foro correspondiente a la producción realizada por los docentes durante el primer cuatrimestre del corriente año.

Este encuentro es parte de una dinámica de comunicación y difusión permanente que desarrolla la Facultad para integrar a todos los docentes en un proceso de intercambio académico, en torno de la creación, producción e investigación. En este sentido, el Foro estará conformado por proyectos aún no presentados, correspondientes a experiencias en torno a las líneas temáticas de investigación propuestas por la Facultad y temas seleccionados por los docentes en forma individual.

En esta oportunidad, el Foro estará integrado por los profesores: Diana Berschadsky, Elsa Bettendorff, Jorge Falcone, Alejandro Firszt, Carlos Morán, Liliana Oberti, Estela Reca y Mónica Recupito.

## Actividades Docentes Agosto 2001

### REUNIONES

1. DOCENTES INGRESANTES 2001 (Cuestiones administrativas y organizativas)  
**Opción A: Martes 14 de agosto, 13 hs.**  
**Opción B: Miércoles 15 de agosto, 19 hs.**

2. FORO DE DESARROLLO ACADÉMICO (Presentación de trabajos en proceso por los docentes)  
**Miércoles 8 de agosto, 19 hs.**

### CAPACITACIONES

3. Taller: COMO SE DISEÑAN E IMPLEMENTAN PROYECTOS EN EL AULA (Para docentes que nunca realizaron proyectos)  
**Opción A: Martes 31 de julio y jueves 2 de agosto de 10 a 12 hs.**  
**Opción B: Martes 7 y jueves 9 de agosto de 19 a 21 hs**
4. Curso: DE LA ENSEÑANZA DE TEMAS A LA ENSEÑANZA DE PROYECTOS Dictado por Rebeca Anijovich  
**Opción A: Miércoles 22 y 29 de agosto, 17 hs.**  
**Opción B: Viernes 24 y 31 de agosto, 13 hs.**

EVALUACIÓN DE TESIS

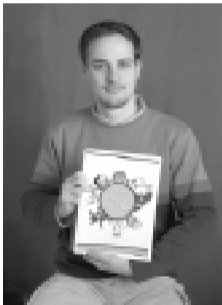
# Nuevos Profesionales

Felicitaciones a todos nuestros nuevos Licenciados que con gran esfuerzo han obtenido su título de grado, deseándoles lo mejor en esta nueva etapa que se inicia en sus vidas. A continuación publicamos extractos de las evaluaciones de sus tesis realizadas por destacados profesionales del medio.

**Hernán Diego Scuka**  
Licenciado en Publicidad

Tesis: "Comics y Cartoons en la publicidad"  
Tutor: Jorge Falcone

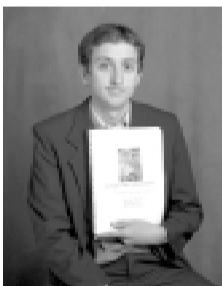
Pablo de Santis: "La relación entre dibujos animados e historietas y publicidad es un tema muy poco frecuentado por la bibliografía especializada; en la elección del tema encontramos el primer mérito de este importante trabajo. Scuka eligió un tema original, y lo desarrolló con rigor. (...) La idea central que orienta la obra (...) está desarrollada con coherencia y pone de manifiesto las estrategias secretas con las que la publicidad apunta a construir el imaginario de los consumidores. (...) me atrevo a pensar que esta obra podría dar origen a un muy buen libro sobre este aspecto particular de la publicidad".



**Gustavo Martínez Baquero**  
Licenciado en Publicidad

Tesis: "La última decisión - Publicidad láctea"  
Tutora: Alejandra Cristofani

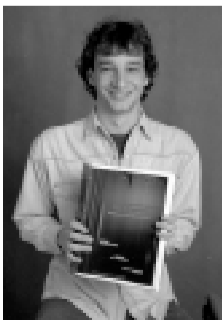
Lic. Rafaela Sucari: "(...) Quisiera destacar el compromiso de este alumno con respecto a su tesis (...) lo demuestra desde el comienzo al final de su trabajo, resultando un excelente aporte a la disciplina. Pero acá quisiera hacer hincapié en algo más importante que las investigaciones realizadas por Gustavo, su planteo hipotético, su poder de síntesis que es su sensibilidad/intuición analítica, respaldado por un arduo trabajo de campo/solidez de investigación (...)".



**Martín Straijer**  
Licenciado en Publicidad

Tesis: "Maldito Humor"  
Tutor: Orlando Aprile

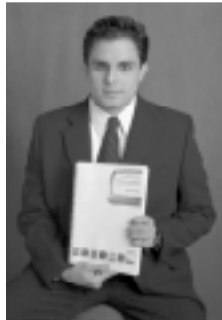
Lic. Pablo Poncini: "El humor es una de las mejores formas en que las personas se acercan entre sí. Lo mismo ocurre con las marcas que deciden acercarse a la gente. La buena publicidad es la conceptual, impactante, pertinente al producto y al target y, obviamente, la que le aporte recordación a una marca o producto. Esto puede darse, o no, independientemente de cuál sea el estilo creativo utilizado. Buen trabajo de Straijer".



**Severo Straffezza Olaizola**  
Licenciado en Publicidad

Tesis: "Construcción de la imagen política del candidato a través del discurso televisivo, en la Argentina de los '90"  
Tutor: Eduardo Russo

Lic. Roberto Hernández: "(...) El alumno ha generado un entorno de producción que pocas veces he visto en un trabajo de este tipo. Realmente excelente. (...) Merece una mención particular la profundidad del análisis de las campañas televisivas basadas en los foto-board de los mensajes utilizados por los candidatos. Definitivamente es un trabajo de buena altura profesional, con una fuerte dosis de investigación".



Lic. Santiago Rossi: "Considero que el trabajo realizado por el alumno posee, desde lo teórico, una destacada solidez conceptual, basada en una correcta y selecta bibliografía. Desde sus agradecimientos se desprende el esfuerzo y la dedicación que el mismo puso para encarar esta investigación".

**Silvana García Roggero**  
Licenciada en Publicidad

Tesis: "Música Adline"  
Tutor: Marcelo Almejún

Lic. Andrés Goldstein: "Considero muy enriquecedora la investigación (...) es un real aporte desplegar el modo en que se articulan sus producciones con las diferentes disciplinas artísticas (...) Felicito a la autora de este trabajo por la sólida argumentación expuesta y su profundo compromiso con un tema que al ser tratado de este modo cobra su real dimensión".



**María Florencia Hernández**  
Licenciada en Publicidad

Tesis: "La imagen y la palabra en publicidad"  
Tutor: María Elsa Bettendorff

Prof. María Laura Spina: "Considero que el trabajo presentado es un excelente aporte a la disciplina, muy buena la elección del tema y la presentación".



JORNADAS • SEMINARIOS • CONFERENCIAS

IV JORNADAS DE DISEÑO CATALÁN



## Diseño y Originalidad. Entre la demanda del mercado y la deformación profesional.

Martes 14 de agosto, 19 hs.

Expone: Norberto Chaves

Socio de I+C Consultores (Barcelona): Expertos en Imagen Corporativa asesores de empresas e instituciones en estrategias y programas de identidad y comunicación. Fue Jefe del Departamento Pedagógico FADU, UBA. Profesor de Teoría del Diseño Urbano y Arquitectónico, Teoría Social del Habitat y Semiología de la Arquitectura. FADU; UBA. Profesor de Teoría de la Comunicación, Lectura de Imagen, Teoría de Diseño del Entorno, Teoría del Diseño Gráfico. Escola Eina, Barcelona. Profesor invitado en Escuelas y Universidades de Diseño y Arquitectura de España, Argentina, México y Cuba. Es asesor académico de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo.

Las Jornadas de Diseño Catalán se concretan dentro del convenio establecido entre la Universidad de Barcelona y la Universidad de Palermo para el desarrollo de la primera Maestría en Diseño en Argentina que actualmente dicta la UP. En 1999 se realizaron las primeras jornadas que constituyeron el comienzo de las relaciones entre dicha universidad y la Facultad de Diseño y Comunicación.

Las segundas jornadas se realizaron en agosto, septiembre y octubre de 2000. En esa oportunidad las jornadas se articularon en cuatro conferencias con la participación de los profesores Norberto Chaves, Anna Calvera, Yves Zimmerman y Joaquim Cañellas Palao. Las terceras se organizaron durante los meses de marzo, abril y junio de 2001, con la participación de Norberto Chaves, Frank Memelsdorff y América Sánchez.

CONFERENCIAS

### • Medios y Mercosur

Especialmente dirigida a estudiantes de la carrera de Publicidad.

Expone: Lic. Luis María Trujillo, presidente de la Gaceta Mercantil Latinoamericana y Secretario general del Farum de Líderes Mercosur.

Martes 21 de Agosto, 10 hs



### • Comunicación del Tercer Sector

Especialmente dirigida a estudiantes de la carrera de Relaciones Públicas.

Expone: Lic. Marisa Viotti, Asesora de Comunicación y Capacitación de Avina, especializada en programas de comunicación para ONG.

Martes 28 de Agosto, 10 hs.

### • La capacitación dentro de la organización de eventos.

Especialmente dirigida a estudiantes de Organización de Eventos

Expone: Lic. Gabriel Garzón, Diálogos.

Jueves 30 de agosto, 10 hs.



Actividades de entrada libre y gratuita

## Guías Académicas y Planificaciones de Asignaturas

Los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación cuentan con dos herramientas pedagógicas para conocer los contenidos y la organización de cada una de las asignaturas de su carrera. Una es la Guía Académica (conocida como Programa) de cada asignatura que contiene los objetivos, contenidos, bibliografía, guía de trabajos prácticos y guía de examen final. La Guía Académica es una propuesta elaborada por la Facultad en su conjunto. La otra es la Planificación Académica que elaboran los profesores. En su planificación cada profesor, haciendo ejercicio de la

libertad de cátedra, explica cómo va a implementar la Guía Académica en cada curso, de acuerdo a las características específicas del mismo y a su visión temática y metodológica. A partir del segundo cuatrimestre 2001, que comienza en agosto, las Guías Académicas de las asignaturas que elabora la Facultad se distribuirán por mail. Es imprescindible que la Facultad tenga tu mail actualizado. Simultáneamente cada profesor pondrá a disposición de sus cursos la planificación respectiva a través del medio que considere más adecuado.

# Nuevos Diseñadores Gráficos

*Comunicación y Diseño Multimedial II es la última materia de la carrera de Diseño Gráfico que permite a los alumnos acceder al título de Diseñadores Gráficos. El trabajo encarado es la síntesis de todo lo aprendido en los tres años de la carrera y consiste en la creación o rediseño de una marca y la construcción de su sistema visual, incluido el manual de normas.*

*A continuación publicamos algunos de esos trabajos que ya han pasado por el proceso de evaluación. Los trabajos completos podrán consultarse en el Centro de Recursos y una síntesis de los mismos en la página web de la Facultad.*

## NATALIA LOBATO

Tema: Identidad Visual de Lapa

El partido conceptual de la marca es la "seriedad", la "tecnología" y la "confiabilidad". Se ha tratado de enfatizar estos conceptos mediante el uso del color, por eso la implementación del azul, reconocido como uno de los colores más ampliamente aceptado, confiable y seguro. (...) La elección de la tipografía de la fuente sin modificaciones, se debe a las connotaciones de modernidad y tecnología. (...) El isotipo representa a la flota de aviones, al vuelo, aludiendo al mismo tiempo un ave y a la cola del avión, expresando dinamismo y velocidad por el tratamiento de desplazamiento aplicado, da la sensación de vuelo, de la perspectiva que se crea cuando los aviones se encuentran parados en la pista. (\*)



## MÁXIMO SCHMIDT

Tema: Identidad Visual del Teatro Babilonia

La propuesta de identidad visual fue trabajada en torno a la figura de un director trabajando en pleno ensayo y la utilización de un rafeado de un libreto. (...) Luego de una búsqueda de materiales característicos del teatro y de la historia que poseía el mismo, encontré la silueta de un hombre sentado en una silla al revés connotando pensamiento (...) Ninguna obra es interpretada sin un texto, por eso coloqué la figura de un libreto desordenado formando una figura gestual (...) Los colores utilizados se debe a que el negro representa la oscuridad, la noche y el rojo fuego, calor y erotismo. (\*)



(\*) Textos extraídos de los trabajos presentados por los alumnos.

## SEBASTIÁN LAMUEDRA

Tema: Identidad Visual de los Juegos Olímpicos Buenos Aires 2008

Se decidió establecer una imagen unívoca en su legibilidad e interpretación, aunque los conceptos a connotar son más de uno. Las bandas que conforman la llama de la antorcha olímpica representan las calles de la pista de atletismo, escenario de una de las principales pruebas de los juegos. Para señalar la pertenencia geográfica donde se realizan los juegos, sin caer en una representación cartográfica, se recurrió a la síntesis del país, por medio de una forma triangular que a cada lado tiene un plano alusivo a los dos océanos que bañan sudamérica. (...) Los trazos gestuales le quitan rigidez a la marca y le otorgan dinamismo (...) En la elección cromática se optó por escoger los cinco colores de los anillos olímpicos, negro, azul, rojo, amarillo y verde. (...) En el logotipo se buscó una asociación morfológica con el isotipo, tratando de que no compitan. La palabra Buenos Aires 2008 está en una sola línea, ésta misma está dividida de la palabra Juegos Olímpicos por un filete. (\*)



## FABRICIO POLISANO

Tema: Identidad Visual de Aerolíneas Argentinas

En lo que respecta al rediseño de la identidad visual de la empresa, el proyecto propone como marca un isologotipo conformado por un isotipo que es la representación gráfica de una cigüeña representada a través de planos. El ave se encuentra volando en una posición ascendente, relacionado con progreso, y el despegue de una cosa para emprender camino hacia otra. (\*)



# Nuevas Materias Electivas

Segundo Cuatrimestre 2001

COMIENZO: SEMANA DEL 20 DE AGOSTO

*Las materias que se detallan a continuación tienen valor como asignatura electiva para los estudiantes de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. También pueden ser cursadas como extensión, es decir sin validez como asignatura electiva, por todos los estudiantes y egresados de la Universidad de Palermo. El cupo es limitado. Todas estas asignaturas electivas tienen duración cuatrimestral. Los interesados deben dirigirse a la Coordinación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo donde podrán inscribirse.*

## PROGRAMA DE ASISTENTES ACADEMICOS

El Programa de Asistentes Academicos que se desarrolla en la Facultad desde hace seis años, bajo la coordinación de la profesora Victoria Bartolomei, se convierte en un programa de tres asignaturas electivas que puede ser cursado por todos los alumnos de la Facultad interesados en las cuestiones pedagógicas del Diseño y la Comunicación. Las asignaturas se denominan Pedagogía del Diseño y la Comunicación I (introductorio), II (básico) y III (proyecto).

Para aquellos que realicen el Programa y cumplan con los requisitos académicos de la cursada y el final, tendrá validez como asignatura electiva de su plan de estudios. Además al culminar el primer año del programa reciben, como hasta ahora, la constancia de realización del mismo.

Al culminar el programa, realizando las dos asignaturas, se otorga el certificado de Asistente Academico.

**Se dicta los días lunes a partir de las 12.30 en adelante**

## ESTUDIO DE TELEVISION

El Programa de Asistentes Tecnicos de Estudio de Television que se realiza en Palermo TV, bajo la coordinación del profesor Jorge Surraco, también se convierte en un programa de tres asignaturas electivas que puede ser cursado por todos los alumnos de la Facultad interesados en el dominio del equipamiento básico de un estudio de television. Las asignaturas se denominan Tecnología de Television I, II y III.

Es importante señalar que el Programa sigue abierto para todos los alumnos y egresados que quieran realizarlo sin optar por su reconocimiento como asignatura electiva. Al culminar el programa, realizando las dos asignaturas, se otorga el certificado de Asistente de Estudio de TV.

Se cursa en las distintas instalaciones de Palermo TV, el estudio de TV de la Universidad de Palermo. Durante el segundo cuatrimestre de 2001 se dictaran los niveles II y III.

**Nivel II: jueves a partir de las 13.30 hs.**

**Nivel III: martes a partir de las 13.30 hs.**

## DISEÑO DE GEOMETRALES POR COMPUTADOR (para Diseño de Modas)

Esta asignatura, con la coordinación del profesor Walter Martinez, plantea trabajar con los estudiantes en el conocimiento y dominio del Diseño de Modas asistido por computadora para la realización de geométrales.

La asignatura se denomina Producción de Indumentaria I y II, y tiene validez como materia electiva. Se cursa en los laboratorios de cumpación.

**Producción de Indumentaria I: viernes a partir de las 14 hs.**

**Producción de Indumentaria II: martes a partir de las 14 hs.**

## PROGRAMA DE ASISTENTES DE EVENTOS (taller)

El programa de asistentes de eventos, bajo la coordinación de la profesora Gloria Schilman, puede ser cursado únicamente por estudiantes de la carrera de Organización de Eventos y Relaciones Publicas de la Facultad interesados en la práctica de la planificación, producción y gestión de eventos. Como parte de la asignatura cada estudiante participará como pasante en la organización de los diferentes eventos que realiza la Facultad. Integrando la formación teorica metodologica con el entrenamiento de eventos. La asignatura se denomina Gestión de Eventos I.

**Se dicta los días martes a partir de las 13.30 en adelante**

## PROGRAMA DE ASISTENTES EN FOTOGRAFIA

El Programa de Asistentes en Fotografía, bajo la coordinación del profesor Edgardo Díaz, puede ser cursado por todos los alumnos de la Facultad interesados en las operaciones básicas de fotografía. Como parte de la asignatura los estudiantes participarán como pasantes en la realización fotográfica para la Facultad, y en asistir a profesores y alumnos en clases y talleres de fotografía.

Al culminar el programa, realizando las tres asignaturas, se otorga el certificado de Asistentes de Fotografía.

Durante el segundo cuatrimestre de 2001 se dictarán los niveles I y III.

**Nivel I: viernes a partir de las 13 hs.**

**Nivel III: miércoles a partir de las 13 hs.**

## MODELADO Y RENDERING DIGITAL A

Dirigido a estudiantes que necesiten avanzar en la utilización del software AutoCAD 3D como herramienta de modelo tridimensional y rendering en las diferentes ramas del diseño (de interiores, industrial, arquitectura, etc.). Se desarrollan todas las potencialidades 3D del software del diseño asistido mas utilizado en todas las especialidades proyectuales. Esta materia de un cuatrimestre se organiza en dos módulos consecutivos de ocho clases cada uno. El módulo AutoCAD básico y el módulo Modelado Basico Tridimensional con AutoCAD.

**Se dictara los días lunes a partir de las 13.45 hs.**

## MODELADO Y RENDERING DIGITAL B

Dirigido a estudiantes interesados en el desarrollo de sus potencialidades para la construcción de modelos tridimensionales y tetradimensionales utilizando 3D Studio MAX. Para las diferentes especialidades del diseño y arte digital: Diseño de Interiores, Diseño Grafico, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño Industrial. Arquitectura, etc.

Esta materia de un cuatrimestre se organiza en dos módulos consecutivos de ocho clases cada uno. El módulo 3D Studio MAX básico y el módulo Modelado Basico Tridimensional con 3D Studio MAX.

**Se dictará los días jueves a partir de las 13.45 hs.**

## AREA DE DESARROLLO E INSERCIÓN LABORAL

**Area de Desarrollo e Inserción Laboral**

El Área de Desarrollo e Inserción Laboral vincula a alumnos y egresados con empresas, estudios e instituciones.

Las búsquedas se publican en las carteleras de la Universidad.

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

**Búsquedas Laborales solicitadas por empresas a nuestra universidad entre el 2 y el 25 de julio**

FECHA	Nº	EMPRESA	TAREA A REALIZAR
25/06	360	VACCARO SEGUROS	Responsable de RR HH
02/07	370	PFIZER S. R.L.	Pasante de dirección regional de ventas
02/07	373	CONSULTING PARTNERS S.R.L	Administrativa - Recepcionista
02/07	374	PHILIPS Argentina S.A.	Proyectista de Iluminación
03/07	375	LEVINSON/ BASEVICH	Diseñador Creativo
03/07	376	SYSTEMS UNION S.A.	Pasante de sistemas
04/07	377	BIOMET ARGENTINA S.A.	Recepcionista - Telefonista
04/07	378	EKI DESCUENTO/FORMATOS EFICIENTES	Encargado de Contabilidad
04/07	379	RATTO - BBDO S.A.	Pasante de Periodismo
04/07	380	BANCO BANSUD S.A.	Pasante de Administración
04/07	381	DEPORTE TOTAL	Atención al cliente
05/07	382	ESTUDIO JURIDICO NITKIN-INDA Y ASOCIADOS	Secretaria Asistente Jr.
05/07	383	BANCO BANSUD S.A.	Pasante de Sistemas
05/07	384	TERADEV S.R.L.	Programador Java
06/07	386	IMPORTANTE LABORATORIO	Administrativo
06/07	387	GALLERO & FERRARI S.R.L.	Programadores Visual Basic
06/07	390	YOUNG & RUBICAM S.A.	Recepcionista
10/07	391	MILHOUSE HOSTEL	Atención al público
10/07	392	THE PAPER GROUP S.R.L.	Promotores Comerciales
11/07	393	SACERDOTI S.A.	Pasante de Diseño Gráfico
11/07	394	ALEJANDRA SALINAS y ASOCIADOS	Jefa de Publicidad
12/07	395	HUMAN TECH, Consultora en RRHH	Baby sitter
12/07	396	MARIA LOMBARDO	Empleada Administrativa
13/07	397	LEVI & LEVY	Redactor Publicitario
13/07	398	HOSTEL INN	Recepcionista
13/07	399	EDUARDO D' ALESSIO & ASOCIADOS S.A.	Asistente Area Prensa
16/07	400	Top Service Consultora S.A	Analista Programador
16/07	401	PromoEventos	Venta de espacios publicitarios
16/07	402	Base de Datos S.A	Diseñador
17/07	403	Aqualine S.A	Ejecutivo de Cuentas
17/07	404	FERREMAT ACE	Gerente
17/07	405	LA NORIA REVESTIMIENTOS	Diseñador
18/07	406	LEVI & LEVY	Diseñador Gráfico
18/07	407	LEVI & LEVY	Diseñador Web
18/07	408	MAPELAN SAN JUAN S.A.	Vidrierista
18/07	409	ING Insurance	Pasante
18/07	410	ING Insurance	Pasante
18/07	411	ING Insurance	Pasante
20/07	412	INTERLATINA	Recepcionista - Telefonista
20/07	413	INTERLATINA	Pasante
20/07	415	NEXTEL S.A.	Programadores
20/07	416	IDT CORPORATION DE ARGENTINA S.A.	Asistente de Ventas
23/07	410	ORBITA DISEÑO	Diseño de Páginas Web
23/07	417	SMMKT	Promotoras
23/07	418	SMMKT	Diseñador Gráfico
23/07	419	SMMKT	Publicista
23/07	420	SMMKT	Diseñador de Páginas Web
23/07	421	CALIPSO SOFTWARE S.A.	Pasante de Derecho
23/07	422	SOLUCIONES IMPRESAS	Diseñador
24/07	423	EKI DESCUENTO/FORMATOS EFICIENTES	Asistente de Logística

Estudiantes y Egresados de nuestra Facultad que se ubicaron laboralmente por la Bola de Trabajo de la Universidad

**Carolina López Ascarate**

Estudiante de 3º año de la carrera de Publicidad (UP).

Ingresó en **Grey Argentina**, agencia de publicidad para realizar un trainee como redactora en el departamento creativo. Sus tareas son la creación de campañas, redacción de titulares y copias.

**Violeta Szeps**

Estudiante de 3º año de la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria (UP).

Trabaja en **Sathya**, Indumentaria femenina Realiza moldería, relevamientos, confección de catálogos.

**Yanina Vivona Gonzalez**

Estudiante de 4º año de la carrera de Relaciones Públicas (UP).

Es Asistente de cuentas de la Consultora **Muchnik, Alurralde, Jasper y Asoc.** Una de sus tareas consiste en el seguimiento y armado de gacetillas.

**Marina Fernández Cufre**

Estudiante de 1º año de la carrera Diseño Audiovisual (UP). Trabaja en la atención al cliente **Grupo Bapro**.

**Gustavo Nebot**

Estudiante de 2º año de la carrera de Publicidad (UP). Trabaja en **Credencial Argentina S.A.**, administración de tarjetas de crédito en atención al cliente y ventas de seguros.

**Alejandro Prina**

Estudiante de 3º año de la carrera de Publicidad (UP).

Trabaja en **Marco de PMC SRL**, consultora de Marketing en el departamento de Marketing.

**María Emilia Cheriani**

Estudiante de 3º año de la carrera de Publicidad (UP). Trabaja **Deam S.R.L** Equipamiento médico en el área de administración de ventas, realizando tareas de telemarketing y administrativas.

**Mariano Fiasche**

Estudiante de 4º año de la carrera de Diseño Gráfico (UP). Trabaja en **GM Ediciones Editorial** / Publicidad como diseñador en el Depto. Editorial Sus tareas son el armado de catálogos, diseño editorial.

**Alejandro Prina**

Estudiante de 3º año de la carrera de Publicidad (UP).

Trabaja en **Marco de PMC SRL**, consultora de Marketing en el departamento de Marketing.

**diseño&comunicación**

Dirección Editorial: Oscar Echevarría

Diseño: María Constanza Togni

Fotografía: Edgardo Díaz

Textos: Romina Pinto

Tirada: 7.000 ejemplares

Universidad de Palermo

Facultad de Diseño y Comunicación

Mario Bravo 1050 Tel: 4964 4640

fdyc@palermo.edu.ar www.palermo.edu.ar

**UP** Universidad de Palermo  
Facultad de Diseño y Comunicación

Universidad de Palermo: Autorizada provisoriamente por Resolución 2357/90 del Ministerio de Cultura y Educación, Artículo 64, C - Ley 24521/95