

## SUMARIO

- ▷ \$10.000 + \$10.000 en premios  
Concurso Paolini - Concurso Stone
- ▷ 3000 U\$S en premios: Diseño de  
Mobiliario "La nueva silla latina"
- ▷ José Sacristán en DC-UP
- ▷ Apertura Ciclo Académico de  
Maestría en Diseño a cargo de  
Norberto Chaves
- ▷ Imagen Gourmet: 2º Jornadas de  
Tendencias Gastronómicas  
Página 2
- ▷ ¿Cómo lograr un programa de RSE  
que beneficie a todas sus partes?:  
2º Seminario de Responsabilidad  
Social Empresaria  
Página 2
- ▷ Asesoramiento de Imagen:  
Fashion Lab. 2º Cuatrimestre 2008  
Página 2
- ▷ Día de Weblogs 3.0: Comunicación  
Social Media. 3º Jornadas de Weblogs  
Página 2
- ▷ Reseña 11º Jornadas de Publicidad  
2008: Marketing en acción  
Página 3
- ▷ Joan Costa en DC  
Página 3
- ▷ 36 talleres de computación gráfica  
Página 3
- ▷ Entrega de premios a ganadores  
Concurso Fotograma 2007  
Página 4
- ▷ Reseña Seminario Negocios en  
Diseño 2007  
Páginas 4 y 5
- ▷ Vínculos Internacionales  
Página 5
- ▷ Reseña 1º Jornadas de Tendencias  
Gastronómicas  
Página 6
- ▷ Creaciones de estudiantes  
premiados: Campañas. Productos.  
Texturas. Estampados. Interiores.  
Concursos 2º cuatrimestre 2007  
Página 7
- ▷ Ciclo Diseño y Comunicación en las  
Artes del Espectáculo: Federico D'Elía,  
Flores Peña y Daniel Hendler  
Páginas 8 y 9
- ▷ Estudiantes DC online. Julio 2008  
Página 9
- ▷ Nuevos profesionales de Diseño y  
Comunicación. Trabajos Finales de  
Grado  
Páginas 10 y 11
- ▷ Reseña 7º Jornadas de Organización  
de Eventos 2008: Eventos Musicales  
Página 12

## Imagen Gourmet

2º Jornadas de Tendencias Gastronómicas  
organizadas con GH Grupo Gastronómico

21 de agosto, 10 hs. Libre y gratuito

[+ info pág. 2]

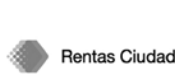


## ¿Cómo lograr un programa de RSE que beneficie a todas sus partes?

2º Seminario de Responsabilidad Social Empresaria

13 de agosto, 18 hs. Libre y gratuito

[+ info pág. 2]



## \$10.000 + \$10.000 en premios

La Facultad y las empresas estimulan la creatividad

La Facultad de Diseño y Comunicación, junto a la marca de indumentaria **Stone** y a la empresa **Paolini**, impulsa dos concursos con el objetivo de mejorar el diseño, promover la creación y materializar las ideas.

• **Jornada de Capacitación Concurso Paolini**

5 de agosto. 18 hs. Mario Bravo 1050. SUM

• **Lanzamiento del concurso Stone**

7 de agosto, 19 hs. Mario Bravo 1050. SUM



## 3000 U\$S en premios

MANIFESTO  
CASA / OFICINA / PROYECTO

La Facultad de Diseño y Comunicación y la empresa Manifesto organizaron el concurso Diseño de Mobiliario "La nueva silla latina" que en esta oportunidad se desarrolló en el marco

del Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Manifesto otorgó U\$S 2000 al primer premio de la Categoría Profesionales y U\$S 1000 al primer premio de la Categoría Estudiantes.



Categoría Profesional. 1º premio:  
**Juan Pablo Viegna Di Silvestre**  
(Chile)

Categoría Estudiante. 1º premio  
compartido: **Nicolás Fernández**  
(Argentina)

Categoría Estudiante. 1º premio  
compartido: **Javier Leveratto -  
Matías Quiroga** (Argentina)

## Tres dimensiones de la crítica y sus utilidades en el campo del Diseño

Conferencia apertura Ciclo Académico de Maestría en Diseño a cargo de Norberto Chaves

21 de agosto, 19 hs.

Mario Bravo 1050. Auditorio 6º Piso.

Informes: [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu)  
5199 4500 int. 1502, 1530, 1570



## Entrega de premios a ganadores Concurso Fotograma 2007

[+ info pág. 4]



Dossier 18 | Agosto 08.

**ÁREA FOTOGRAFÍA DYC.** Estudiantes de Diseño y Comunicación trabajando en las instalaciones del Área de Fotografía de la Facultad.

## José Sacristán en DC-UP

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes de Espectáculo

8 de septiembre, 15 hs.



Informes: [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu) 5199 4500 int. 1502, 1530, 1570



## Asesoramiento de Imagen

Fashion Lab. 2º Cuatrimestre 2008

Tres workshops dictados por María Pinola, Florencia Ducos, Claudia Servino y Ana Torrejón.

[+ info pág. 2]

## Día de Weblogs 3.0: Comunicación Social Media

3º Jornadas de Weblogs 2008

20 de agosto, 10 hs.

[+ info pág. 2]

PARA IR AGENDANDO • SEPTIEMBRE 2008

- ▷ **5 días de teatro y espectáculos**  
Del 1 al 5 de septiembre
- ▷ **Rincón Gourmet**  
11 de septiembre
- ▷ **Jornadas de Historietas**  
16 de septiembre
- ▷ **Semana de la fotografía**  
23 al 26 de septiembre
- ▷ **Jornada de Cool Hunter**  
25 de septiembre
- ▷ **Seminario de comunicación interna**  
30 de septiembre

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

# Imagen Gourmet

2º Jornadas de Tendencias Gastronómicas organizadas con GH Grupo Gastronómico

21 de agosto, 10 hs. Mario Bravo 1050, Auditorio

Reconocidos profesionales y empresas del sector estarán presentes en esta jornada cuyo tema central es Imagen Gourmet. Las temáticas desarrolladas a lo largo del día darán testimonio del desarrollo, posicionamiento de marcas y tendencias en el consumo. El sector está en un momento de sostenido crecimiento donde la imagen de producto y marca es vital a la hora de destacarse y ganar posiciones.



9.30 **Acreditación**

9.50 **Apertura**

Graciela Hernández. Directora de GH Grupo Gastronómico

10.00 **Cocina, arte y diseño**

Martín Molteni. Chef. Restaurante Puratierra

11.00 **Quesos: Posicionamiento de productos y demandas del consumidor**

Beatriz Coste. Dra. en Análisis Sensorial de Alimentos

12.00 **Mesa redonda: Tendencias en consumo**

Referentes del sector darán su opinión de mercado. Bodegas invitadas: Finca La Anita, Humberto Canale, Don Diego y Ruca Malen

13.00 **Break.** Con degustación de quesos a cargo de los Maestros Queseros de la firma SanCor

14.30 **Procesos, controles de calidad y atención directa**

Lic. Roberto Urrere y Juan Carlos Pelussi de la empresa SanCor

16.00 **El desarrollo Gourmet en el interior del país**

Celia de De Giovanni. Directora de la Escuela Celia de Gastronomía de Córdoba

16.30 **Mesa redonda: Propuestas diferenciales en Hotelería**

Gerentes de diferentes áreas de hoteles cinco estrellas, darán a conocer su propuesta de mercado. Invitados: Claridge Hotel, Hilton y Panamericano

# Asesoramiento de Imagen

Fashion Lab. Segundo Cuatrimestre 2008

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

Programación agosto / septiembre

**ASESORAMIENTO DE IMAGEN / 3 workshops**

Una buena imagen puede ayudar a transmitir mucho mejor un mensaje, vender un producto o bien producir en el otro un mejor *raport*. Para esto es necesario que en este nuevo campo del "Asesoramiento de imagen" se pueda trabajar con la esencia y la imagen corporal de las personas, haciéndolas únicas, descubriendo y proyectando el propio estilo acorde a la personalidad.

**1. La apariencia y el ser. El asesoramiento de imagen.**

Miércoles, 20 de agosto de 14 a 18 hs.  
María Pinola – Florencia Ducos

En el mundo de hoy es cada vez mayor la importancia de la imagen para el logro del éxito social. Una buena imagen puede ayudar a transmitir mucho mejor un mensaje, vender un producto o bien producir en el otro un mejor vínculo. Estos cambios en la apariencia facilitan a las personas y organizaciones el acceso a una imagen integral positiva, generando un claro impacto en el ámbito personal y en el ambiente de los negocios. Brindando la posibilidad de acercarse a los objetivos, permitiéndole un decidido desarrollo de sus potenciales, favoreciendo los procesos de crecimiento personales y profesionales.

**2. La imagen pura esencia. Las máscaras públicas.**

Miércoles, 27 de agosto de 14 a 18 hs.  
Claudia Servino

La imagen pública se ha convertido en un área de oportunidades para los candidatos políticos, empresarios, instituciones: la imagen lo es todo... Quizá no sea lo único que cuenta, pero en el mundo de los negocios esto también ocurre y adaptar la imagen externa a cada circunstancia es fundamental, sobre todo para evitar que los resultados no sean los deseados, siempre, sin dejar de ser uno mismo, sin perder la propia esencia.

**3. Verdades y mitos sobre la elegancia y el vestir en el hombre contemporáneo.**

Miércoles, 3 de septiembre de 14 a 18 hs.  
Ana Torrejón

El vestir masculino no está excluido del devenir social y su presencia en la sociedad actual hace que salga de un lugar periférico para posicionarse en el centro de la escena. Para analizar y reflexionar sobre estas nuevas imágenes es que Ana Torrejón incursionará, a partir de la historia del traje masculino desde el s XIX a la actualidad, desarrollando el concepto de elegancia, analizando la aparición del metrosexual y su presencia en los medios de comunicación, y abordando la búsqueda de estereotipos urbanos a imagen y semejanza, sin dejar de transitar y conocer a los grandes diseñadores.

Inscripción: Deben enviar quienes no sean estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, vía e-mail a [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu) su Currículum Vitae (relacionado a la actividad), detallando nombre del/los workshops que desea realizar. Informes 5199-4500 int. 1530 /1502 /1570. Cupos limitados.



# ¿Cómo lograr un programa de RSE que beneficie a todas sus partes?

2º Seminario de Responsabilidad Social Empresaria

En la actualidad la gestión de la RSE se ve como una práctica común e indiscutida. El objetivo de este seminario es analizar el rol de cada una de las partes que intervienen y como comunicar que las políticas implementadas por las empresas son parte de un programa que garantice un beneficio de aquellas áreas de la sociedad que lo requieran.

17.50 **Acreditación**

18.00 **Presentación de la Metodología "Lazos Comunicantes"**

Fernando Solari, Director Solari Scope

18.40 **Política de Responsabilidad Social Empresaria de Natura**

Karina Stocovaz, Coordinadora de Asuntos Corporativos Natura Cosmetics

19.00 **Articulación de sectores para construir bien común**

Beatriz Pellizari, Directora La Usina  
Adrián Candelmi, Voluntario de La Usina

19.20 **La RSE como herramienta de gestión inherente a la visión y misión de una empresa**

Marcela Goldin, Asesora de Administración Gubernamental de Ingresos Públicos

19.40 **La problemática de la comunicación de la RSE, su credibilidad y la vinculación de la RSE con la licencia social de la empresa**

Diego Dillenberger, Director de la Revista Imagen y conduce La Hora de Maquiavelo en P+E

20.00 **Cultura de Complementación y Coordinación**

Susana Arranz de Finger, Directora Provincial y Héctor Burgos. Coordinador Programa de Fortalecimiento de la Sociedad Civil y Responsabilidad Social de la Provincia de Buenos Aires.

13 de agosto Mario Bravo 1050, Auditorio

20.20 **Mesa de Debate: El RSE en Argentina hoy**

Fernando Solari, Director Solari Scope.  
Beatriz Pellizari, Directora de La Usina  
Marcela Goldin, Asesora de Administración Gubernamental de Ingresos Públicos  
Diego Dillenberger, Director de la Revista Imagen y conduce La Hora de Maquiavelo en P+E  
Susana Arranz de Finger, Subsecretaría de Relaciones Institucionales. Programa Responsabilidad social. Ministerio de Jefatura de Gabinete y Gobierno. Provincia de Buenos Aires  
Karina Stocovaz, Coordinadora de Asuntos Corporativos Natura

Moderadora: Paola Lattuada, Profesora Facultad de Diseño y Comunicación

# Día de Weblogs 3.0: Comunicación Social Media

3º Jornadas de Weblogs 2008

20 de agosto, 10 hs.

Por tercer año consecutivo la Facultad de Diseño y Comunicación UP será centro de las nuevas tendencias en Internet. Organizado junto a Matías Dutto, de SocialSnack.com, con la colaboración de Juan Pablo Lanteri, de Keegy.com, la Jornada reunirá a los protagonistas y a las nuevas tendencias que marcan el pulso en Internet.

Se desarrollarán temas relacionados a los nuevos desafíos, las posibilidades de las tecnologías sociales y sus aplicaciones en la comunicación corporativa.

Este año se analizarán las redes sociales y los nuevos hábitos de interacción entre las comunidades online. Representantes de las socialnetworks más importantes contarán sus experiencias y perspectivas. Día de Weblogs 3.0 convocará a referentes de los medios online, directivos de empresas, creativos y productores de contenidos para compartir su experiencia y las prácticas de campañas sobre escenarios Social Media. Se dictarán conferencias participativas que abordarán temáticas relacionadas con las nuevas tecnologías en la empresa, management 2.0, experiencias de comunicación sobre escenarios online, periodismo participativo y posibilidades de los medios emergentes. A su vez habrá un encuentro de emprendedores y la presentación de los últimos lanzamientos de proyectos 2.0.



# “Las promociones son muy importantes en el momento de afianzar una marca en el mercado”

Manifestó Andrea Fogaroli, Senior Brand Assistant de la empresa Danone en las 11º Jornadas de Publicidad

El 22 de abril, la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP, junto a Burson Marsteller y ZECAT, la empresa que fabrica y comercializa artículos promocionales en todo el mundo, organizó las 11º Jornadas Universitarias de Publicidad bajo el título Marketing en Acción. Innovación en estrategias de marketing promocional.



El comienzo de la jornada estuvo a cargo de **Cecilia Krapf**, Jefa de Marketing de ZECAT, quien hizo una introducción sobre el marketing promocional, analizando su definición, historia, evolución y conceptos claves. Explicó que al marketing promocional es necesario definirlo desde los dos conceptos que lo integran.

Comentó que el objetivo del marketing es hacer innecesaria la tarea del vendedor, ya que estudia las necesidades del cliente para que el producto se venda solo y agregó: “La promoción implica un canal de comunicación personal que ofrece un incentivo que pueden ser regalos, descuentos o sorteos, que atraigan al cliente”. De esta manera, concluyó que el marketing promocional acorta la distancia con el público ya que lo interpela de uno a uno, buscando una reacción inmediata.

Luego expuso **Mariano Ratti**, Director comercial de ZECAT, quien explicó el itinerario que va desde el objetivo de negocios a la acción promocional. Definió cuales son los pasos básicos para el desarrollo de la acción. Dijo que lo primero a tener en cuenta es con qué empresa se va a trabajar, cuál será la marca y el producto. “Luego es necesario establecer cuál es el comprador-consumidor, no siempre el público que compra es el que consu-

me. Eso es muy claro en productos para chicos. Es necesario incentivar a ambos y tener en cuenta las dos variables”, dijo Ratti. También comentó que se debe definir cuál va a ser la temática de la promoción (una promoción en pack, canje de tapitas, descuentos) y cuál es el concepto del producto, los atractivos que ya tiene para el consumidor y la competencia. Por último, explicó que es importante evaluar qué tipo de acción se va a realizar y cómo se va a comunicar.

**Andrea Fogaroli**, Senior Brand Assistant de la empresa Danone, habló del lanzamiento Dino Rock de la marca Danonino. Explicó que por tratarse de un alimento lácteo concentrado, son líderes en el mercado ya que no tienen competencia en ese terreno, aunque sí compiten con otros productos, como yogurt, chocolatada, jugo, entre otros. Dijo que las promociones son muy importantes en el momento de afianzar una marca en el mercado.

Al tratarse de un producto para chicos, explicó que es necesario llegar tanto al chico como a la madre, por eso motivo los productos tienen una parte lúdica y otra informativa.

Finalmente destacó la importancia del brief: “Es lo que se va a tomar en cuenta a la hora de

ponerse a crear. Es una herramienta de trabajo que plantea el objetivo”.

**Leonardo Sbarra**, Alter Sales Marketing Chief de Toyota, es el encargado del área de posventa de la empresa. En su charla hizo una descripción sobre los conceptos tradicionales del marketing, las particularidades del marketing promocional y trabajó con algunos casos típicos de comunicación de servicios de posventa.

Finalmente, en el Workshop de la jornada se propuso como ejercicio elegir un caso y pensar qué promoción vendría lanzar. Uno de los casos fue Quilmes Bock, que recibió, entre otras, una propuesta por parte de un estudiante DC-UP que proponía hacer una promoción que ayudara a vincular al producto con una noche con amigos, tal como había hecho la marca años atrás con “El sabor del encuentro”. Su idea fue que en cada pack de seis cervezas viniera de regalo una película en DVD. El segundo caso fue el de Caldos Knorr, la idea más sugerida entre los concurrentes fue la de armar un pack con tres sabores distintos que se puedan canjear por un vaso térmico. (Valeria Limonoff)



Andrea Fogaroli (Danone)



Cecilia Krapf (ZECAT)



Mariano Ratti (ZECAT)



Cecilia Rossi (Burson-Marsteller)

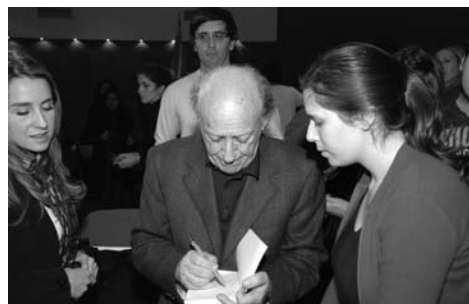


Leonardo Sbarra (Toyota)

## Joan Costa en DC

La presencia de Joan Costa, como la de Norberto Chaves (ver nota en tapa) en diálogo abierto con los estudiantes de las carreras de la Facultad, tiene como objetivo instalar la formación de los futuros egresados en la agenda profesional y disciplinar contemporánea y global de los diseños y las comunicaciones.

Joan Costa, es comunicólogo, diseñador, sociólogo e investigador de la comunicación visual, se especializa en comunicación empresarial. El lunes 16 de mayo de 2008 visitó la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP para debatir en torno al tema de los desafíos de la comunicación. También participaron del debate Antonio Ambrosini, Coordinador Académico de Entretenimiento y Medios de la UP, y Luis Ibarra García, Miembro del Consejo Directivo del Gieci, Grupo Iberoamericano de Comunicación Institucional.



## 36 TALLERES COMPUTACIÓN GRÁFICA

COMIENZAN SEMANA DEL LUNES 11 DE AGOSTO

**In Design 1** - Prof. Diego Macri  
Lunes 8 a 9.30 hs. Oferta 3077

**In Design 1** - Prof. Diego Macri  
Lunes 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3078

**AutoCAD 1** - Prof. Antonio Tecchia  
Lunes 8 a 11.15 hs. Oferta 3079

**Flash 1** - Prof. Diana Fernández  
Lunes 14 a 15.30 hs. Oferta 3081

**Photoshop 4 Aplicado** - Prof. D. Fernández  
Lunes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3104

**Flash 1** - Prof. Paola Fraticola  
Lunes 14 a 15.30 hs. Oferta 3082

**Dreamweaver 1** - Prof. Paola Fraticola  
Lunes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3092

**Dreamweaver 1** - Prof. Graciela Reyes  
Martes 8 a 9.30 hs. Oferta 3093

**Photoshop 1** - Prof. Graciela Reyes  
Martes 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3109

**AutoCAD 1** - Prof. Nancy Fajgenblat  
Martes 8 a 11.15 hs. Oferta 3080

**Flash 1** - Prof. Gabriel Villafines  
Martes 14 a 15.30 hs. Oferta 3083

**Dreamweaver 1** - Prof. Villafines  
Martes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3094

**Illustrator 1** - Prof. Paula Caia Zotes  
Martes 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3113

**Photoshop 1** - Prof. Paula Caia Zotes  
Martes 20.30 a 22 hs. Oferta 3110

**Flash 1** - Prof. Gastón Ditommaso  
Miércoles 8 a 9.30 hs. Oferta 3084

**Photoshop 4 Aplicado** - Prof. G. Ditommaso  
Miércoles 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3106

**Flash 1** - Prof. Miguel Angeleri  
Miércoles 14 a 15.30 hs. Oferta 3085

**Dreamweaver 1** - Prof. Miguel Angeleri  
Miércoles 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3095

**Archicad 1** - Prof. María Cabral  
Miércoles 18.45 a 22 hs. Oferta 3116

**Flash 1** - Prof. Graciela Reyes  
Jueves 8 a 9.30 hs. Oferta 3087

**Photoshop 4 Aplicado** - Prof. G. Reyes  
Jueves 9.45 a 11.15 hs. Oferta 3107

**Photoshop 1** - Prof. Claudio Morales  
Jueves 14 a 15.30 hs. Oferta 3111

**Photoshop 1** - Prof. Claudio Morales  
Jueves 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3112

**3D Max 1** - Prof. Leonardo Parise  
Jueves 14 a 17.15 hs. Oferta 3115

**Corel 1** - Prof. Virginia Caetano  
Jueves 14 a 15.30 hs. Oferta 3120

**Corel 1** - Prof. Virginia Caetano  
Jueves 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3122

**Flash 1** - Prof. Julián Dubosq  
Jueves 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3088

**Photoshop 4 Aplicado** - Prof. Dubosq  
Jueves 20.30 a 22 hs. Oferta 3108

**Premier 1** - Prof. Johnathan Feldman  
Viernes 14 a 15.30 hs. Oferta 3117

**After Effects 1** - Prof. Feldman  
Viernes 15.45 a 17.15 hs. Oferta 3118

**Lince** - Profesor a designar  
Viernes 14 a 17.15 hs. Oferta 3119

**Flash 1** - Prof. Paola Fraticola  
Viernes 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3089

**Dreamweaver 1** - Prof. Paola Fraticola  
Viernes 20.30 a 22 hs. Oferta 3096

**Flash 1** - Prof. Jorgelina Vicente  
Viernes 18.45 a 20.15 hs. Oferta 3091

**Photoshop 4 Aplicado** - Prof. Vicente  
Viernes 20.30 a 22 hs. Oferta 3105

**Rhino 1** - Prof. Constanza Ruiz  
Viernes 18.45 a 22 hs. Oferta 3114

Los talleres se dictan en Mario Bravo 1302. La inscripción es por Sistema de Alumnos. [www.palermo.edu/dyc](http://www.palermo.edu/dyc) > Orientación Estudiantes > Calendario Académico > Calendarios Especiales > Ciclo de Computación Gráfica  
Coordinación del Ciclo: Andrés Kesting | [computaciongrafica@palermo.edu](mailto:computaciongrafica@palermo.edu) | Mario Bravo 1274 | 5199-4500 interno 1803

# “Yo me peleaba con la palabra negocio y con la palabra empresario, hasta que empecé a entender de qué se trataba”

Comentario de Marcelo Cutini, Fundador de DotZero, en el Primer Seminario de Negocios en Diseño 2007

**El 31 de octubre pasado se realizó el Primer Seminario de Negocios en Diseño. El tema central fue el proceso de transformación “De Emprendedores a Empresarios”.**

La coordinación del Seminario estuvo a cargo de **Fernando Del Vecchio**, Profesor de la Maestría en Diseño de la Universidad, quien remarcó la importancia de escuchar las habilidades que los emprendedores han desarrollado - más allá de sus habilidades técnicas de diseño - para poner en funcionamiento sus proyectos y consolidar sus emprendimientos como empresas. Las habilidades de diseño son necesarias; las habilidades de gestión son suficientes. Ambas, generan competitividad en las empresas del sector, competitividad que se traduce en rentabilidad, no en simple supervivencia.

La primera presentación estuvo a cargo de **Guillermo Casarotti**, Fundador de Inti Zen.

Nacido en Uruguay, trabajó toda su vida en multinacionales. Complementa sus estudios de Ingeniería en Sistemas con estudios de Postgrado en marketing en los Estados Unidos. La natural innovación en la que trabaja para sus empleados encuentra un límite en la empresa Monsanto, compañía en la que el marketing y la innovación no van de la mano, sino que la disciplina es un servicio más a los negocios tradicionales de la firma. Esta situación, la crisis del año 2001, la historia familiar (proviene de una familia de emprendedores; su familia política también incluye este perfil), le permiten comenzar a identificar una vocación emprendedora, que desarrolla a partir de su idea de comercializar un producto que - hasta ese momento - no existía en nuestro país: te saborizado.

Como cualquier emprendedor, relató los temores ante la incertidumbre, los comentarios (negativos) de allegados en relación al momento elegido para renunciar al empleo, las dudas ante situaciones diferentes a las planteadas en el proyecto. Estas situaciones son absolutamente normales, a pesar de que el emprendedor acostumbrado a leer “historias de éxito” crea que solo le ocurren a él.

“El trabajo en forma constante finalmente trae sus frutos. Al tiempo de haber lanzado la línea de productos, Inti Zen comienza a ser reconocido por los sabores, por el diseño, por las frases. Finalmente, Inti Zen crea un nuevo mercado.

“El espíritu del emprendedor es el de adaptación constante ante los cambios y ante las situaciones imprevistas”; “La gestión es la llave para lograr el éxito en cualquier emprendimiento. Si no lo hacemos nosotros, tenemos que hacerlo a través de

alguien que nos ayude”; “El mundo empresario es mucho más racional y de ejecución; el mundo del diseño es más creativo y a veces aparecen problemas para conectar uno y otro”; “Desde el mundo imaginario (del diseño), hay que transformarlo en un mundo más concreto (de la gestión)”; “Por la falta de habilidades de gestión o por la propia falta de gestión fracasan la mayor cantidad de nuevas empresas”; “La gestión determina la supervivencia de los emprendimientos”.

Para finalizar, Fernando Del Vecchio remarcó la diferencia que existe entre la evaluación que realizan dos personas con perfiles diferentes sobre el mismo emprendimiento o proyecto: “Un catedrático (académico) busca patrones, un emprendedor busca generar rupturas. Esas rupturas, a veces conforman una innovación; en ocasiones, esas innovaciones son exitosas. Pero para emprender no es necesario generar innovaciones; a veces alcanza con gestionar adecuadamente un proyecto que proponga productos y/o servicios similares a los ya existentes”.

## “La gestión es la llave para lograr el éxito en cualquier emprendimiento”

Guillermo Casarotti, Fundador de Inti Zen

A continuación, se presentó **Martín Malamud**, Fundador de Malabar TV. El abordaje al tema fue muy diferente al del primer invitado. Su interés personal, desde muy chico, fue el dibujo y la matemática (muchos veía estas actividades como contrapuestas). Por ese motivo estudió Bellas Artes y Computación Gráfica (punto de convergencia entre lo técnico y lo creativo).

Becado para estudiar en Suiza, se le abren las puertas para aprender Animación por Computadora. Llega a la Argentina con la convicción de poner en marcha un estudio de animación, y afortunadamente en esa época (principios de los 90), había gente con dinero y con ganas de acompañar un proyecto de este tipo. Esa empresa se llamó Imágica S.A. hasta el año 1996, momento en que es adquirida por otra compañía.

Antes del 2001 se involucra en el tema “juegos” (tema nuevo a fines de los años 90). Con la

crisis del 2001 surge la posibilidad de “sustituir importaciones”; en este caso, sustituir la compra de un producto - juegos - para hacerlo aquí en argentina. Un cliente creyó en ese proyecto y así nace la empresa Malabar.

A partir de ese primer proyecto, y con conocimientos del mercado de animación (red de contactos), diversifican sus actividades y comienzan a realizar animación 3D. Esto surge sin ningún tipo de estrategia, “porque no sabemos hacerla”. Con el tiempo se suman nuevos clientes, a partir de las relaciones comerciales establecidas a lo largo de los años (valor del capital relacional).

Pero aparte de trabajar para clientes, desarrollan productos propios. Entre ellos, “Gurí Guazú”, producto que ha derivado en un juego y en un programa de televisión (emitido en Canal Siete durante el año 2006). Este producto surge de “nuestro interés por el medio ambiente y por la protección de los animales”.

Resumiendo: “priorizamos que los proyectos surjan de nosotros, para no trabajar únicamente en proyectos que surgen de los clientes”; “le damos mucha importancia a las relaciones dentro del grupo de trabajo ya que consideramos que se trata de un aspecto muy importante de la gestión de empresas”.

Para finalizar, Fernando Del Vecchio agregó que “las oportunidades surgen también durante las crisis, a partir - por ejemplo en este caso - del desarrollo de capital relacional”; “es el capital relacional el que permite eliminar costos de transacción: es trabajo en gestión para diferenciarnos de la oferta tradicional del mercado, ofreciendo propuestas más complejas, por ejemplo, asociadas a otras empresas”.

A continuación, presentaron su caso **Daniel Arroyo y Claudio Lázaro**, Fundadores de Replicantes, empresa de servicios para diseño (fundamentalmente, diseño de productos). Con una larga tradición en diseño y desarrollo de productos, Daniel y Claudio se conocieron a principios de los años 90 trabajando en la empresa Zanella. Allí es donde surge la idea - que se transformaría en Replicantes con el tiempo - de trabajar en forma conjunta.

Luego de diversas experiencias emprendedoras por separado, a fines del año 2001 se acercan al CMD (Centro Metropolitano de Diseño). Comienzan con el dictado de conferencias relacionadas con la informática aplicada al diseño de producto. La idea del emprendimiento iba tomando forma, pero la falta de habilidades de gestión no permitía ponerla aun en marcha. En el 2004, con mayor lugar en el CMD, aparece el primer curso de gestión de emprendimientos. La presentación

del proyecto, su aceptación y la conformación del plan de negocios les permite solicitar subsidios y créditos disponibles para Industrias Culturales, así como ser aceptados en el Programa INCUBA, en su Tercera Edición.

La actividad de Replicantes es clara: no hacen diseño, sino que parten del diseño que el cliente (u otro estudio) realiza. Con el tiempo fueron incorporando diferentes servicios: modelado tridimensional, realización de prototipos, matricería. Una de las patas del proyecto era la capacitación, que para muchos (observadores externos) significaba crear la propia competencia. Sin embargo, la creación de un área de capacitación, para que la industria capacitara a sus empleados, no generó competencia sino que creó el mercado para Replicantes.

Para el futuro inmediato, ya han realizado un acuerdo con el CMD para armar un laboratorio de prototipos (debido a que finalizan su incubación en Mayo 2008). Resaltaron la importancia de generar estos espacios de trabajo en gestión para emprendedores del diseño, ya que en su experiencia, ni las casas de estudio ni las asociaciones profesionales se ocupan del tema.

Los comentarios finales de Fernando Del Vecchio: “el ofrecimiento de capacitación no solo ha generado el mercado, sino que ha actuado como una barrera de entrada, porque deja afuera a potenciales improvisados”; “las instituciones oficiales que ofrecen créditos y subsidios están esperando las carpetas y proyectos para entregar los fondos. No esperan proyectos innovadores, sino capacidades emprendedoras en solicitudes presentadas en forma adecuada. Los fondos existen y muchas veces no son ejecutados por esas instituciones por falta de proyectos”.

**Fernando Rovalletti y Adrián Montesoro** nos cuentan la experiencia de transformación del Estudio Bridger-Conway en Agencia. La actual agencia fue fundada por dos socios (Bridger y Conway) como Estudio de Diseño a principios de los años 90. En la actualidad, trabajan en la empresa alrededor de 150 personas. La empresa ha atravesado dos etapas bien marcadas, separadas por la crisis del año 2001. Antes del 2001, podíamos hablar de Bridger-Conway como Estudio de Diseño trabajando - por ejemplo - en el diseño de identidad de CQC. Luego del 2001 muchas agencias se replantean el negocio. Para Bridger-Conway, el diseño había dejado de ser negocio. Allí surge la posibilidad de viajar a Miami para buscar nuevas oportunidades y arrancan de cero, buscando nuevos nichos.

A partir de allí se puede hablar de Bridger-Conway como Agencia, con el desarrollo de un concepto



BRIDGER | CONWAY

VACAVALIENTE  
loving leather



del vecchio  
design management



Marcelo Cutini (DotZero)



Adrián Montesoro (izq.) y Fernando Rovalletti (Bridger Conway)



Natalia Paris (Vacavaliante)



Martín Malamud (Malabar TV) (izq.) y Fernando Del Vecchio

integral y con la paulatina incorporación de divisiones para desarrollar negocios independientes: área de branding, área publicitaria, área de packaging, área de video, animaciones y 3D, área de Internet, área de activación de conceptos y marcas.

En cuanto a la forma de trabajo, la mayor parte del talento creativo se encuentra en la argentina, mientras que la mayor parte del desarrollo de cuentas y del planeamiento estratégico se realiza en el exterior.

Dos preguntas fueron la clave de la presentación: ¿Cuál ha sido el factor diferenciador de crecimiento de la Agencia?. Posiblemente la visión empresarial de los socios: ellos comprendieron – y también hoy sucede en la empresa – que hay gente con diferente capacidad de diseño, creativa u operativa. Esto determina la necesidad (difícil de implementar muchas veces) de delegar en aquellos con mayor capacidad. Es decir, se determinan roles y responsabilidades de acuerdo a la capacidad. Esto posibilita que la agencia no crezca únicamente por quien piensa desde arriba, sino por la natural transformación producto de muchas cabezas pensando y trabajando en función de esa visión. La agencia crece a partir de la gente que trabaja desde abajo, con hambre de desarrollo.

¿Cómo han hecho para ganar clientes? Principalmente, a través de la presentación de propuestas. En muchos casos debido a los concursos de agencias, pero tradicionalmente a partir de las presentaciones espontáneas: de cada diez propuestas presentadas ganábamos solo una, pero de esas diez, seis eran no solicitadas.

Comentarios Del Vecchio: “la transformación organizacional es evidente. La división en áreas es característica de un tipo de organización diferente al estudio tradicional de diseño con el diseñador emprendedor como figura principal y única cabeza. La palabra clave aquí es “descentralización”, a partir del desarrollo de roles, responsabilidades y mecanismos de control (aspectos de gestión a desarrollar a partir del comienzo de la aceleración del crecimiento en el volumen de negocios de cualquier emprendimiento)”.

Por la noche se realizó la presentación de **Marcelo Cutini**, Fundador de la empresa DotZero, dedicada “a la formación y gestión de talento”. En cuanto a formación, DotZero se encuentra ligada a brindar seminarios, talleres y cursos dirigidos a diseñadores gráficos, de sonido, diseñadores Web y audio. En cuanto a gestión, DotZero es el principal referente de búsqueda laboral de diseñadores en el mercado (se publican aproximadamente 2000 búsquedas por año).

Los proyectos a futuro son realizar selección y pasantías garantizadas. Su visión es convertirse en la principal consultora de recursos humanos creativos. Específicamente para 2008 es poner en funcionamiento la biblioteca DotZero; continuar con el desarrollo del módulo Jobs; desarrollar nexos entre profesionales del diseño y otros interesados, por ejemplo, proveedores; poner en marcha DotZero Tour (para formar diseñadores en el interior del país); implementar los premios

DotZero al talento (en diseño Web, editorial, animación, video, etc.).

Cutini es diseñador gráfico, y comenzó su desarrollo profesional trabajando en editoriales. Alrededor del año 1999 empezó a observar las diferencias económicas entre lo que ganaba (muy bien en ese momento), lo que deseaba ganar y lo que ganaría si tuviese que insertarse nuevamente en el mercado laboral ante un potencial despido. Para esa época, su trabajo lo absorbía más allá del horario en la oficina. Su expertise profesional generaba consultas - que recibía en su casa - más allá de las 10 de la noche.

Fue en esa época cuando puso en marcha el primer portal para usuarios Mac en habla hispana (Aldea Mac), previa instalación del contestador automático para filtrar esas consultas de trabajo que cada vez eran mayores. El éxito percibido en este emprendimiento lo lleva a renunciar a su trabajo para dedicarse full time en Aldea Mac. Corría el mes de setiembre del año 2001.

A raíz de los problemas económicos del país, incorpora un socio (para que se dedicara pura y exclusivamente a la gestión comercial). Esta sociedad finaliza en el año 2004, proceso de determina – además – la muerte de la marca.

Dos años le llevó darse nuevamente a conocer como titular de la firma DotZero. En esos años hizo todos los cursos sobre desarrollo emprendedor que pudo. Sin embargo, en sus palabras, “yo me peleaba con la palabra negocio y con la palabra empresario, hasta que empecé a entender de qué se trataba. Nosotros podemos (como diseñadores) tener nuestro espacio dentro de los negocios y crecer generando acuerdos donde todos ganamos”. Hoy ha logrado consolidar su empresa, tomando algunas decisiones difíciles. Entre ellas, el dejar de lado (aunque no del todo) la docencia, para dedicarse a la gestión de la empresa. En sus palabras: “en algún momento hay que dejar de hacer la pizza para atender el mostrador”.

Del Vecchio dijo: “Muchos consideran que el emprender es una experiencia traumática”; “conocer los problemas a enfrentar a futuro es importante; estos se presentan en patrones normales”; “los preconceptos de los diseñadores con la palabra negocio son un factor limitante crítico en el desarrollo de emprendimientos del sector”; “la incorporación de un socio no debe realizarse por el aporte en dinero que pueda realizar, sino por su capacidad de convertirse en socio estratégico, por ejemplo, con aporte de relaciones, vínculos, conocimientos que nosotros no poseemos”.

A continuación, y en reemplazo de Pedro Reissig (Fundador), **Natalia Paris** presenta el caso Vacavaliente. La idea original que transforma la intención en emprendimiento es la búsqueda de la innovación en el cuero. El cuero es un material muy interesante y muy rico para experimentar. Esa experimentación generó una serie de productos que fueron presentados y muy bien recibidos por el mercado. Ese fue el momento en el cual nace la empresa: cuando se identificó la existencia de un público que aceptaba y gustaba del producto, se constituyó la firma. (Romina Pinto)

## Vínculos Internacionales

**Instituto San Ignacio de Loyola de Lima (Perú) - Universidad Javeriana, (Colombia) - Universidad ORT - Montevideo (Uruguay) - Universidad de las Américas (Chile) - School of Visual Arts, Nueva York (USA) - Grafisk Uthildnings Center (Suecia) - Escuela Gestalt de Diseño, Xalapa (Méjico)**

### Instituto San Ignacio de Loyola de Lima (Perú)

La Decana del ISIL, Gabriela de Bernardi firmó el 2 de octubre pasado, un acuerdo académico de reconocimiento de créditos con nuestra Facultad en las áreas de Diseño Gráfico, Publicidad y Hotelería y Turismo. En este acuerdo se establece un diagrama de equivalencias entre ambas instituciones, a fin de consolidar una circulación continua y ordenada entre alumnos de ambos establecimientos de educación superior.

### Universidad Javeriana (Colombia)

A efectos de participar en la presentación del Cuaderno N° 24 del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, al que contribuyó con un artículo, el 25 de octubre pasado se hizo presente la Dra. Iliana Hernández García, Directora del Departamento de Estética de la Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia y el Prof. Raúl Niño Bernal académico investigador de dicha universidad. En la oportunidad se sentaron las bases para un acuerdo entre ambas instituciones que contemple el intercambio de información, de tecnología y de docentes.

### Universidad ORT - Montevideo (Uruguay)

Como todos los años en el mes de abril, la Universidad ORT de Montevideo, Uruguay, realizó la presentación final de las tesis de la carrera de Licenciatura en Arquitectura de Interiores, condición para la graduación, y que a su vez, habilita a los egresados para el accionar profesional. En esta oportunidad fue convocado para formar parte del tribunal examinador el Prof. José Ma. Doldan en su carácter de evaluador externo de esa institución.

### Universidad de las Américas (Chile)

El 16 de abril, un grupo de nueve alumnos de la carrera de Publicidad y la directora de la carrera Prof. Jessik Fuentes de la Universidad de las Américas de Santiago de Chile visitaron la Facultad para interiorizarse e intercambiar conocimientos sobre la disciplina. La profesora Fabiola Knop realizó una conferencia para los visitantes sobre “La creatividad en las Marcas y el Branding Emocional en el proceso creativo”.

### School of Visual Arts, Nueva York (USA)

El 9 de mayo visitaron nuestra Facultad las autoridades de la School of Visual Arts de Nueva York, USA. El cometido de esta visita fue la de establecer un convenio entre ambas instituciones dedicadas al Diseño y la Comunicación. La comitiva estuvo formada por la Dra. Rose Viggiano, Directora del Departamento de Educación de la institución, Molaundo Jones, Director Administrativo, Javier Vega, Director de Admisión de Estudiantes, Jaime García, Asistente del Director de la Escuela y Andrea Avendaño, Diseñadora Gráfica ex alumna de la escuela, en su carácter de intérprete del idioma español. Ambas partes acordaron estudiar las diversas formas de intercambio y ponerlas en acto de acuerdo a las posibilidades institucionales.

### Grafisk Uthildnings Center (Suecia)

La Grafisk Uthildnings Center de Uppsala, Suecia, es una de las Escuelas de Diseño Gráfico más importantes de ese país báltico. El D.G. Alejandro Luna como Director de Vínculos Internacionales de esa institución, visitó nuestra Facultad con el cometido que estudiantes suecos completen sus

estudios en nuestro país, y en nuestra institución. A su vez, el Prof. Luna es el coordinador de la “Red de Cooperación Internacional de Institutos de Enseñanza Gráfica”, con sede en Suecia e invitó a nuestra Facultad a adherirse a la red. Por otro lado, el Prof. Luna trajo una muestra de afiches que ofreció a nuestra institución para su exposición.

### Escuela Gestalt de Diseño, Xalapa (Méjico)

El 27 de junio nos visitó la Licenciada D.G. Patricia Nuñez Zapaz de la Escuela Gestalt de Diseño de Xalapa, México. En la reunión propuso el intercambio académico entre ambas instituciones en el área de Diseño Gráfico, en cuanto a intercambio de docentes, investigación conjunta y publicaciones compartidas.

El 16 de julio nos visitaron, de la misma institución, el Dr. Arq. Joel Olivares Ruiz, Director General y la Dra. Magdalena Chaves, docente de la institución, cuya propuesta es el intercambio de alumnos y docentes, la investigación y publicaciones conjuntas y la transferencia de tecnología entre ambas instituciones.



Patricia Nuñez, Escuela Gestalt de Diseño (Méjico)



Alejandro Luna de la Grafisk Uthildnings Center (Suecia)



Magdalena Chaves y Joel Olivares Ruiz de la Escuela Gestalt de Diseño, Xalapa (Méjico)



Autoridades de la School of Visual Arts de Nueva York (USA)



Alumnos de la Universidad de las Américas (Chile) junto a Jessik Fuentes, Directora carrera de Publicidad de dicha universidad.



Daniel Arroyo (Replicantes)



Claudio Lázaro (Replicantes)

# “Tener un restaurante es todo un desafío que no sabe de humores”

Dijo el chef Jean Paul Boundoux, en las 1<sup>o</sup> Jornadas de Tendencias Gastronómicas organizadas junto a GH Grupo Gastronómico el 23 de abril pasado



La apertura del evento estuvo a cargo de **Graciela Hernández**, Directora de GH Grupo Gastronómico. Comenzó su charla explicando en que consistían los Premios Tendencias Gastronómicas otorgados en su segunda edición en Noviembre de 2007. Debido a que el mundo gastronómico es muy amplio, explicó que la premiación se realiza por categorías y tanto las nominaciones, como las distinciones otorgadas son elegidas por destacados empresarios, periodistas, profesionales e instituciones del sector. Estos premios marcaron el punto de partida para premiar en forma anual al profesionalismo, la capacidad y el esfuerzo de los actores más relevantes del sector. Dicho reconocimiento se convierte así en una herramienta de mejora general de la actividad.

El primer invitado fue **Guillermo Busquiaz**, chef ejecutivo del Hotel Sheraton Pilar. “Para mí lo fundamental es cocinar rico, aún lo más

simple”, dijo. Contó que en sus inicios trabajaba en un hotel bajando mercadería de los camiones para el restaurante. Siempre supo que quería ser chef, aunque confiesa que nunca soñó con ser tan reconocido.

**Angel González**, Gerente de Logística de la Distribuidora Metropolitana SRL, explicó que la base del negocio es el servicio, el cual tiene que ser muy claro y medible para poder ver si se está alcanzando los objetivos. Los servicios que brinda su empresa son: Warehousing, preparación de pedidos, conservación y mantenimiento de stock y procesos de exportaciones.

**Roberto Goñi**, Chef Pattissier, es reconocido por sus delicias de caramelo. Su charla giró en torno a imágenes que fue mostrando al tiempo que explicaba el proceso, los materiales y la técnica utilizada para lograr esa figura.

Después de un intervalo, la tarde comenzó con el Arquitecto **Roberto Bufadossi**, quien trajo imá-

genes de vanguardia en restaurantes temáticos. Inició su charla definiendo lo que es vanguardia: “Es la primera línea de creación, significa innovar”. Y agregó: “Los elementos y espacios crean el ambiente y las paletas de colores son creadoras de climas, un espacio puede ser siempre diferente con solo cambiar el color de las luces y su intensidad”. Finalizó su ponencia con la frase: “Todo lo que el hombre es capaz de imaginar es susceptible de existir”.

El chef **Jean Paul Boundoux** fue entrevistado por Graciela Hernández. Dijo que ser chef es una pasión y se definió como un soñador y un creativo. “Cuando creo un plato, siempre lo imagino en buena compañía, los aromas y perfumes son una gran inspiración”. Con respecto al funcionamiento de un restaurante comentó: “El que desee tener un restaurante y vivir de eso debe saber respetar al personal, aguantar al cliente, entender sobre administración, cuidar

los detalle, desde las cartas, hasta la cristalería y mantelería. Es todo un desafío que no sabe de humores, siempre debe funcionar y los errores se pagan caro”, explicó.

El cierre de la jornada fue una mesa redonda que trató el tema sobre la situación del sector gastronómico en opinión de reconocidos empresarios del rubro. Los invitados fueron: **Marcelo Salas Martínez** de Café Martínez, **Daniel González** de Grupo Gastronómico Bs. As. y **Santiago Pichón Rivier** de Grupo Sociedad de Sabores- Tentissimo, Aberdeen Angus, Benicio y China Deli.

Las preguntas apuntaron a delinear cómo cada empresario veía el futuro de la actividad. Los tres coincidieron en el valor de la buena elección del lugar dónde abrir un negocio. Creen que la actitud es más importante que la aptitud. Lo complejo es cómo llegar al corazón de las personas y eso hace una diferencia importante a la hora de la elección. (Valeria Limonoff)



Guillermo Busquiaz, chef ejecutivo del Hotel Sheraton Pilar



Roberto Goñi, Chef Pattissier



Graciela Hernández, Marcelo Salas Martínez, Santiago Pichón Rivier y Daniel González



Degustación de quesos a cargo de los maestros queseros de SanCor

## Estos premios son fruto de mucho esfuerzo y varios desvelos

Expresó el profesor Hernán Opitz en la Entrega de Premios del Concurso Fotograma del segundo cuatrimestre 2007, el pasado 1 de abril en la Facultad

Se contó con la presencia de los docentes **Carlos Fernández, Mónica Incorvaia, David Beniluz, Ximena Roux y Hernán Opitz**, quien presentó los premios: “Me parece interesante reconocer el esfuerzo, estos premios celebran el mérito de los alumnos. Me pone contento que exista un espacio dentro del marco académico que destaque el trabajo de los estudiantes de la Universidad”.

Las categorías premiadas fueron: Campaña Gráfica, Fotografía y Diseño Gráfico de Inmobiliario y Campaña Gráfica, Producción y Modelo juntos, Solo Productos, Fotografía Gastronómica, Fotografía Experimental, Retrato Color, Serie Blanco y Negro, Desnudo, Relato Fotográfico, Homenaje, Temporada de Moda, Calendario Blanco y Negro, Modelo Color, Color Selectivo, Interiorismo para revista de Decoración, Blanco y Negro Arquitectura, Tratamiento Digital, Fotografía Editorial y Calendario Color.

Las empresas auspiciantes fueron Revista Fotomundo y Bodegas Telteca, que obsequiaron sus productos a los ganadores. Por otro lado, la Facultad de Diseño y Comunicación entregó el libro Miradas, que expresa la multiplicidad de enfoques y creatividad en la imagen que producen los estudiantes en las aulas y talleres.

Los alumnos que obtuvieron premios fueron los siguientes:

- Primer premio: Carolina Daiana González, Milagros Marsetti, Clara de Anchorena, Antonella Di Benedetto, Santiago Milano, Agustina Caferatta, Jonathan Morel Travaglia, Lucía Bengoechea, Mariela Fenoglio, Tomás Guerreco, Geyvys Cahvez Arrieta, Nicolás Rosso, Ole Jorgen Bratland, Pamela García Peña, Ma. Teresa Castro Montiel, Tomás Ramayon, Damián Pascuariello, Victoria Cunningham, Eleonora Greco, Pablo Eissler, Nancy Isaac Mitre, Laura Gerbi y Carla Quevedo.
- Segundo premio: Mercedes Fasbender, Ariel Chamson, Rocío Varela, Guido Briones, Franco Balestrieri, Ana Florencia Diniello, Ma. Pía Soto, Lina Ardila, Santiago Eyerbe, Brenda Sisa, Alejandro Néstor Matis, Bruno Siriani, Joaquín Petrina, Julieta Fernández Manterola, María Belén Rameilla, Verónica Kartofel, Ma. Florencia Mangiantini, María Del Rosario Borsani y Estefanía Giampieri.
- Tercer premio: María Florencia Tagliamonte, Ana Inés Lagos, Santiago Williams, Fernanda Vola Sena, Ana Lucía Cagnasso, Graciana Descalzo, María Florencia Tagliamonte, María Sol Bazzolo, Clara Becar Varela y Pamela Barell Senserver.



# Campañas. Productos. Texturas. Estampados. Interiores

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

**Concurso 24. CREATIVIDAD PARA EL ÉXITO**  
Alumnos de la asignatura Campañas en Punto de Venta (Publicidad, 1º año)

*Primer premio compartido:* Daniel Pinedo Arce y Stephanie Rivero (Prof. Alejandro Guarrera) - Marcos Demarchi, Leandro Gonzalez Badenas y Mariano Sanguinetti (Prof. Alfio Maccari)  
*Segundo premio compartido:* Stephanie Bridger, Justine Carrizo, Daiana Sol Rapoport y Diana Marcela Zuluaga Guerra - Juan Sebastián Alvarez y Alejandro de la Cruz - Gonzalo Navia y Ramiro Ezequiel Serrano (Prof. Maccari)  
*Tercer premio compartido:* Victoria Pisano y Pamela Teperman - Leandro Antonelli (Prof. Maccari)  
*Menciones:* Yamila Ahumada y Denise Hermo (Prof. Guarrera) - Florencia Bas y Josefina Torqui - Jose Luis Clavijo, Paulina Garcia y Natalia Gonzalez - Laura Perez (Prof. Maccari)



1º premio: D. Pinedo Arce y S. Rivero



1º premio: Demarchi, Gonzalez Badenas y Sanguinetti



2º premio: G. Navia y R. Ezequiel Serrano



2º premio: Bridger, Carrizo, Rapoport y Zuluaga Guerra

**Concurso 31. INTEGRACION Y DESARROLLO**

Alumnos de la asignatura Diseño de Productos IV (Diseño Industrial, 1º año)  
*Mención:* Ana Inés Bigatti (Prof. Víctor Peterle)



**Concurso 33. ACOMPLEJADO**

Alumnos de la asignatura Diseño Industrial I (Diseño Industrial, 1º año)  
*Mención:* Diego Ortner (Prof. F. Mangiaterra)



**Concurso 32. A MANO**

Alumnos de la asignatura Diseño de Productos II (Diseño Industrial, 1º año)  
*Primer premio:* Dario Nochetti (Prof. H. Salem)



2º premio: J. Alvarez y A. de la Cruz



3º premio: Leandro Antonelli



Mención: Florencia Bas y Josefina Torqui



Mención: Yamila Ahumada y Denise Hermo



1º premio: J. C. Guido Ferrero

2º premio: Belén Gardella

Mención: G. Valeriani

**Concurso 26. TEXTURAS, ESTAMPADOS Y TEJIDOS**

Alumnos de la asignatura Técnicas de Producción 1 (Diseño Textil y de Indumentaria, 1º año)

*Primer premio:* J. C. Guido Ferrero (Prof. Carlos Enciso)  
*Segundo premio compartido:* Jéssica Kim, (Prof. Yanina Moscoso Barcia) - Belén Gardella (Prof. Carlos Enciso)  
*Tercer premio:* Vanesa del Puerto (Prof. Enciso)  
*Menciones:* Mara Stephanie Mroczek (Prof. Moscoso Barcia) - Geraldine Valeriani (Prof. Enciso).



1º premio: Laura Der Ohanessian



2º premio: Deborah Chama

**CONCURSO 36. SISTEMA Y ARMONIA**  
Alumnos de la asignatura Introducción al Lenguaje Visual (Diseño de Interiores, 1º año)

*Primer premio:* Laura Der Ohanessian  
*Segundo premio:* Deborah Chama (Prof. Antonio Sensini)

**FER DE ERRATAS**

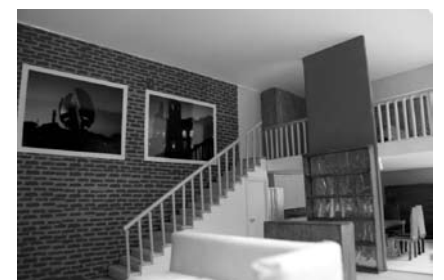
En el número 104 / DC Junio 2008, en la pág. 7 en el Concurso 11 AFICHE CULTURAL donde dice Prof. Alejandro Abaca debe decir Prof. Mariano D'Angelo.

**CONCURSO 35. WORK HOME**

Alumnos de la asignatura Diseño de Interiores II (Diseño de Interiores, 1º año)  
*Primer premio:* María Victoria Gattoni Cerruti  
*Segundo premio:* Ariana Bekerman (Prof. M. Jacobo)  
*Tercer premio:* Samanta Manzini, Pamela Portal y Gabriela Suh (Prof. Ramiro Zubeldía)  
*Menciones:* María Florencia Passarelli - Martín Tiferes (Prof. Silvia Porro)



2º premio: Ariana Bekerman



1º premio: María Victoria Gattoni Cerruti

# “Esta es la vida que yo quiero”

Confesó Federico D'Elía en la Facultad de Diseño y Comunicación en abril 2008

**Federico D'Elía, Florencia Peña y Daniel Hendler estuvieron presentes en el ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo.**

**En esta página se incluyen fragmentos de las crónicas 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.**



Federico D'Elía durante la charla en la Facultad de Diseño y Comunicación > con los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo



El Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo se realiza en forma conjunta entre el Complejo Teatral de la Ciudad de Buenos Aires y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

## “Mi mejor profesor fue el hacer”

**Federico D'Elía en DC, 7 de abril de 2008**

Federico D'Elía nació en La Plata, el 4 de octubre de 1966. Desde chico mostraba un fanatismo, como muchos de los argentinos, por el fútbol pero lo que lo diferenciaba eran sus participaciones en las obras teatrales en el colegio. “La infancia es lo más lindo que uno recuerda” dice Federico, siempre refiriéndose a la ella como un momento clave de la vida, un momento donde uno expande y alimenta su imaginación al máximo. D'Elía considera también a esta etapa la más limpia de la vida y la relaciona directamente con la actuación, refiriéndose a un momento donde uno crea un mundo improvisado de juegos y juguetes, dándoles vida a los mismos. Jorge D'Elía, padre de Federico, es un reconocido actor y la mayor inspiración para él. Desde pequeño asistía maravillado a ver actuar a su padre, acompañándolo detrás de escena y experimentando un poco la vida del actor. Al ver esto, Federico empezaba a decirse así mismo “esta es la vida que yo quiero”. Hoy en día fueron muchas las veces que D'Elía padre e hijo compartieron un escenario. A pesar de haber tomado clases de teatro sus palabras para con el aprendizaje son “mi mejor profesor fue el hacer”; considera que para triunfar en este rubro uno debe estar en el lugar correcto, en el momento indicado. Federico define a la actuación como un juego y considera que las críticas te crean un miedo que al actor a veces no lo deja jugar. Otro pilar importante para la formación de un actor es el decir “no”. Cuando uno tiene la posibilidad económica de seleccionar que propuestas aceptar, entonces uno a partir de los “no” puede formarse como actor. Siempre muy perspicaz por su papel, a llegado a la conclusión que prefiere los papeles que rodean al protagonista, ya que entiende a estos como personajes lineales que no son conflictivos y no se contradicen. Las dos participaciones que recuerda más gratamente son *Cyrano* y *Los Simuladores*, etapa ésta muy importante en su

vida, que le abrió muchas puertas.

A pesar de la fama Federico sostiene que lo más importante es “saber uno donde esta parado”. Hoy el actor participa de *Socias*, se siente cómodo porque su personaje no rodea a las protagonistas, y no sólo tiene que grabar dos veces a la semana, sino que además esta acompañado por actores que son amigos. Esta libertad le permite dispersarse un poco al actor, quien a pesar de no ser alguien que considere dar la vida por el trabajo, manifiesta “hay veces que quiero salir corriendo”. “En estos últimos años descubrí que me siento mucho más cómodo y me gusta más la comedia”, cuenta el actor. A pesar de que él no sentía mucha fe en el rubro, de a poco le fue gustando. Por último nos dejó una idea que se puede aplicar para muchas cosas en la vida “No abandones ni dejes de luchar por lo que quieras hacer, por más obstáculos que te pongan o te pongas. Y siempre pelearla hasta las últimas consecuencias”. Tres invitados que asistieron a la entrevista nos dejaron su impresión acerca del invitado: “Una persona muy centrada” (Rocío Estévez). “Me retiré inspirada por una persona que aprende de lo que hace, siendo apasionada por la vida” (Sofía Dragonetti). “Hay personas que al hablar sobre su vida pueden inspirarnos en cualquier rubro, sin duda Federico es una de ellas” (Lucas Trigo). (Texto del alumno Francisco Cao)

## “Lo más importante es haber encontrado mi deseo”

**Florencia Peña en DC, 14 de abril de 2008**

La actuación está desde su infancia, solía jugar a disfrazarse de maestra, de colectivera; pero eso sí, sólo se disfrazaba de adelante con la ropa de su abuela. Su necesidad de expresión la reflejaba a través de la actuación, le encantaba jugar a ser otra persona. Vivía con su familia en Barrio Norte, pero iba al colegio a Caballito, un tema que todavía no entiende, porque si vivía en Barrio Norte sus padres la mandaban tan lejos al

colegio. Igualmente está muy agradecida con ese colegio y con sus maestras, especialmente con Ana María, su maestra de primer grado, la cual vio que tenía algo especial para actuar. Florencia dijo que se sentía muy mal por eso, porque en el acto que realizó se olvidó toda la letra y tuvo que empezar a improvisar. Fue una época muy extraña para ella ya que empezó a trabajar desde muy chiquita en *Festilindo*, el programa *top* de chicos del momento. Fue una etapa extraña, ya que muchas de sus compañeritas la querían y otras la envidiaban, estas sensaciones eran

sonaje, observando mucho alrededor. Para crear a Moni Argento, lo primero que hizo fue pedirle a una señora que realiza pelucas para el Colón que le hiciera una peluca muy particular. Y así fue como se la llevaron. Tenía pelo de cabra entre otras cosas. Así nació el personaje, a partir de la peluca y luego con mucha ropa de otra época, que también le pidió a su mamá. Según Florencia: “no se puede no tener humor en la vida”. Para poder haber llegado a ese humor, primero empezó riéndose de sí misma y a partir de ahí pudo tomarse otras cosas con



Florencia Peña durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación

difíciles de manejar siendo tan chica. Pero ella no le hizo mucho caso a esas envidias, ya que el escenario era su lugar de placer y ya lo mamaba desde chica, desde su familia. Durante muchos años su mamá fue bailarina de danza clásica del Teatro Argentino, luego se dedicó a la medicina y su papá era analista de sistemas. Su familia la estimulaba mucho, llevándola al teatro muy seguido, por eso Florencia reflexiona: “Lo más importante es haber encontrado mi deseo”. Para Florencia las crisis y los fracasos, fueron los momentos de más aprendizaje en su vida. Para ella los éxitos y los fracasos no se miden como uno cree, ya que las búsquedas personales van cambiando con el tiempo. El primer quiebre en su vida profesional, fue a los 18 años y estaba actuando en la tira *Son de 10*. La pasó muy mal, ya que ella quería ser una actriz y no una *sex symbol*, como la tomaban por sus grandes lolas. Se deprimió mucho. Al terminar la tira, se retiró dos años de la televisión, para hacer terapia y para reflexionar quien quería ser. Para ella estar en la televisión es algo muy complejo y salirse de ese lugar de *sex symbol* le fue muy difícil, pero nos comentó que: “Soy lo que soy, gracias a los fracasos”. Luego de esta primera gran crisis, renació otra persona. Durante la entrevista, Florencia nos contó como hace para elaborar un personaje. Tiene una técnica que va de adentro hacia afuera del per-

humor. Hasta algo que le afecta tanto como el afuera o el robo que tuvo a mano armada en su casa, aprendió a tomárselo con humor. Dijo: “los actores llevamos desde un humilde lugar un mensaje” y el mensaje que ella quiere transmitir es el humor, reflexiona que uno nunca debería despegarse del niño que lleva adentro. Por otro lado, es muy importante conocerse mucho a uno mismo, ya que a partir de eso menos sorpresas uno se puede llevar. Están las sorpresas malas y las buenas, como le sucedió a Florencia en *Sweet Charity* donde se encontró con una persona muy sentimental, en donde todas las noches en el teatro podía llorar en el último cuadro. Para ella la actuación opera como un gran liberador, es su terapia de todos los días. Era muy tímida de chica y tenía unos padres muy exigentes por eso nos contó que; “actuar me salvó, soy actriz, no trabajó de actuar”. Su relación con su hijo Tomás fue creciendo mucho a través de los años. Este es un momento de mucho edipo el que tiene él con su mamá y más ahora que están esperando la llegada de un nuevo hermanito. Según Florencia va a ser una etapa bastante compleja, ya que Tomi es muy egocéntrico y va a tener que aprender a compartir. Un dato muy interesante que nos dio Florencia, es que en un futuro se quiere ver realmente como un referente del humor argentino. Y con respecto



Federico D'Elía durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación





Daniel Hendler durante la charla con estudiantes en la Facultad de Diseño y Comunicación

a esto, Moni Argento fue uno de los personajes de humor que más le gustó hacer y con el cual se divirtió mucho. Hay una gran diferencia en el humor anglosajón y el argentino, por eso la mayoría de la *sitcoms* que trajeron acá fracasaron, menos *La niñera*.

Es muy extremista con todo, desde los colores, como el fucsia o el negro, hasta los personajes. Quiere volver al musical, con algo como *Chicago*, ya que le gustan que sea mujeres fuertes, tanto en el humor como en otros rubros. El reto más importante de su vida fue *Sweet Charity*, por el viaje emocional que tenía ese personaje, Florencia nos dijo con respecto a ese personaje: "me dio mucho más a mí, de lo que le di yo a ella, me gusta el riesgo."

Reflexión de los invitados: "Es una persona que te hace reflexionar mucho usando el humor", (María Sansot). "Es muy divertida y espontánea", (Catalina León). "Debe ser una persona muy compleja en el fondo", (Alejandro Marcó). (Texto del alumno Rosario Donovan).

#### "Que sea un personaje interesante, que sea un desafío"

##### Daniel Hendler en DC, 21 de abril de 2008

Nació en Montevideo, Uruguay, el 3 de enero de 1976, donde pasaría su niñez y juventud. De su infancia recuerda que todos sus juegos sucedían sobre una alfombra. Entre sus juguetes recuerda a los clásicos Lego y Playmóvil. Pero el vínculo más directo con lo que terminaría siendo su carrera era el disfrazarse, entrar en personajes de superhéroes (Spiderman). Ya en la escuela los juegos no salían fuera de lo común, disfrutaba mucho de las figuritas y jugar a las bolitas. Daniel se auto define como un líder a lo largo de la primaria, lo cual estaba directamente relacionado con que en esa etapa era el que más estatura tenía. Liderazgo que se vio amenazado a lo largo de la secundaria cuando empezó a quedarse más petiso y no era de los más dotados para jugar al fútbol. Durante esas épocas el actor admite que era muy mentiroso, le gustaba mucho inventar historias. Pero esto terminó teniendo repercusiones a lo hora de la maduración, ya que disconforme con esta particularidad se tornó totalmente opuesto y comenzó a ser excesivamente preciso. Aun muy joven, a los 7 años, empezó a hacer mímica, daba una señal de para donde iría su vida, mas claro aún, cuando realizaba pequeñas actuaciones para la familia. A pesar de que a los 14 tomó un curso de psicodrama y a los 17 entró a la escuela de teatro, manifestaba lo siguiente: "No me animaba a ser actor, sobre todo viviendo en Montevideo donde no hay un referente". Esto dio como consecuencia directa que ingrese a la Universidad en la carrera de Arquitectura, poniéndose éste como su plan A, lo cual dejaba a la actuación en un segundo plano.

Empezó su carrera dirigiendo y actuando en *Crímenes y resfriados* una obra que realizó con sus compañeros de teatro, en su ciudad natal. En ese entonces tomó conciencia que debía comenzar a limitar sus obsesiones, ya que se le tornaba contraproducente con los actores. A pesar de ubicarse la arquitectura como principal objetivo

era inevitable el vínculo entre los dos caminos, ya que el era profesor adjunto, y cuando faltaba el titular, debía tomar las riendas de la clase, momento en el que recuerda que ocurría un poco a la actuación. El actor viajaba mucho a Buenos Aires ya que la mayoría de las ofertas laborales como actor provenían de la Argentina. Sin embargo hay un cambio drástico en su vida cuando decide venir a vivir a Buenos Aires. A pesar de que disfrutaba de ese contraste que veía entre venir a trabajar a Buenos Aires y luego volver a Uruguay, por razones laborales lo más conveniente era instalarse en la capital argentina. Vivir en Buenos Aires lo hizo sentir como en una película de Francella, como un "uruguayo perdido en Buenos Aires"

Ya más maduro no disfrutaba el verse actuar, ya que sentía que estaba cometiendo uno de los peores errores para un actor: el de tratar de agradar a la gente cuando actúa.

Admira a Al Pacino, "es un actor muy poli funcional, te puede sacar muchas emociones". Sus prioridades para elegir un trabajo se centran en la calidad de la persona, "que sea un personaje interesante, que sea un desafío", pero también aclara: "depende de la necesidad de trabajo, y la necesidad económica en el momento de la propuesta". Sin embargo, "no podría hacer una obra de teatro que no me guste (...) El director es importante en el sentido de que tiene que tener humor para trabajar, y no necesariamente para hacer una comedia". Entre actor y director, elegiría lo primero, "disfruto mucho más de dirigir, pero me costaría mucho más dejar de actuar que dejar de dirigir". En contra posición a sus comienzos, Daniel, llegó a la conclusión que: "No es el mejor director el que más dirige, sino el que sabe cuando intervenir, y cuando dejar que el actor tenga más libertades". A la hora de los reconocimientos diferencia y destaca claramente dos premios. Por un lado el de Berlín, siente que a nivel ego fue el más disfrutado. Sin embargo, el que más deseó fue el premio por *25 watts*, ya que fue realizada conjuntamente con sus amigos. Daniel recuerda mucho una escena en la que tenía que llorar. El actor nos contó que era la última escena de la película en ser filmada, con lo cual la toma se hacía el día después de la fiesta de conclusión del rodaje. En un contexto de relajación, donde había poca concentración, debía llorar y conducir un taxi. A causa de la desconcentración y distracciones no lo lograba, en búsqueda de su objetivo pidió 10 minutos para hacer la toma, se fue a un costado y llamó a una novia colombiana con la cual había tenido una muy apegada historia y rápidamente consiguió las lágrimas, para entonces colgar el teléfono y salir corriendo a realizar la toma. Los personajes que el actor fue realizando siempre tienen un poco de él. Una reflexión que nos dejó el actor fue: "un problema serio, en Argentina, es que al argentino le cuesta ver películas argentinas. En cambio el uruguayo va a ver con buena predisposición sus películas nacionales". Por último nos contó como suelen venir a entrevistarlos esperando ver al personaje y se encuentran: "el chico humilde de Uruguay que toma mate". (Texto del alumno Francisco Cao).

**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 17 se envió a comienzos de julio y, en DC de agosto, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

#### CURSADAS 2º CUATRIMESTRE 2008

A partir del 30 de junio se puede consultar la programación de los cursos para el segundo cuatrimestre (en cartelera y en el minisitio Orientación al Estudiante) y a partir del 7 de julio comienza la inscripción por Sistema de Alumnos.

Las clases para estudiantes regulares comienzan el 4 de agosto y para estudiantes ingresantes el 18 de agosto.

El último día de recepción de solicitudes de apertura de cursos especiales fue el viernes 18 de julio.

#### CONSULTAR LA OFERTA ACADÉMICA

Se aconseja a los estudiantes consultar en el minisitio de Orientación al Estudiante, la oferta de las materias con sus profesores y horarios antes de inscribirse. Una de las posibles consultas es por carrera y comisión, de esta forma, el estudiante puede conocer cuál es la oferta para su carrera. Si el estudiante ingresa directamente al Sistema de Alumnos para poder inscribirse en una materia (por ejemplo Publicidad I), va a observar que hay una extensa oferta de esa asignatura y no va a saber cuál es la que recomienda la Facultad para su carrera, comisión y su grado de avance en la carrera. La Facultad trabaja mucho en la asignación de profesores con el mejor perfil profesional y académico para cada carrera.

#### RECOMENDACIONES PARA LA INSCRIPCIÓN

- No dejar la inscripción para último momento
- Chequear que el código de la asignatura, nombre de la materia y nombre del docente en la que el estudiante se inscriba corresponda con la que quiera cursar
- Imprimir el comprobante de inscripción por internet donde se consigna materia, número de oferta, día y turno de cursada (no es el recibo de pago) y traerlo durante la primera semana de clases
- La responsabilidad de la correcta inscripción es de cada estudiante
- Es responsabilidad de los estudiantes estar formalmente inscriptos en las asignaturas que cursan (deben aparecer en el acta de cursada respectiva). Los estudiantes que no estén correctamente inscriptos perderán dicha cursada, y por lo tanto no podrán rendir el examen de esa asignatura.

Ante cualquier dificultad en el proceso de inscripción dirigirse a [orientaciondc@palermo.edu](mailto:orientaciondc@palermo.edu), Mario Bravo 1050, 5º piso de 9 a 21 hs.

#### 330 HISTORIAS DE FAMILIAS REDACTADAS POR ESTUDIANTES EN LA NUEVA PUBLICACIÓN ACADÉMICA DE LA FACULTAD

La producción premiada y los trabajos más significativos de los estudiantes de la asignatura Comunicación Oral y Escrita fue incluida en la Edición Nº 16 "Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación" de la Serie Creación y Producción en Diseño y Comunicación (ISSN 1668-5229) recientemente editada. La tapa corresponde a un diseño de tipografía de la estudiante Eliana Testa. La publicación se entregará a los estudiantes cuyos trabajos fueron incluidos y/o premiados en el acto de entrega de premios de Proyectos Jóvenes el próximo 10 de julio.

#### PROYECTO DE GRADUACIÓN

Del 21 al 25 de julio se reciben los Proyectos de Graduación (entrega 100%) de los estudiantes que cursaron Seminario de Integración II durante el primer cuatrimestre 2008. Los estudiantes que entregan en esta semana participarán de las mesas de evaluación que se realizarán desde el 20 al 31 de octubre.

Los estudiantes que no entregan en julio pasan automáticamente a la condición de prórroga y su próxima, y última, fecha de entrega es del 22 al 26 de septiembre. Si no entregan en esta semana deben recurrir Seminario de Integración II.

Los estudiantes que entreguen en esta fecha participan de las mesas de evaluación que se realizan desde el 9 al 23 de diciembre.

#### ENTREGA DE PREMIOS

El 10 de julio se realizarán dos actos de entrega de premios a los estudiantes ganadores de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación del segundo cuatrimestre 2007.

El 22 de julio a las 18 hs. se realizará la VIII Edición de Nuevos Profesionales. En este acto se entregarán diplomas a los estudiantes que aprobaron sus Proyectos de Graduación desde noviembre 2007 hasta junio 2008. Un abstract de cada uno de estos Proyectos se incluye en la publicación académica Escritos en la Facultad que será entregada en esa ocasión.

#### CONCURSOS Y PORTFOLIOS EN LOS FINALES

La producción de los estudiantes para los finales de numerosas asignaturas integran los concursos que habitualmente organiza la Facultad. Los profesores que sean titulares de esas mesas deben retener, todos los finales aprobados. Deben entregarlos en el Departamento de Marketing (Mario Bravo 1050, 1º piso) o avisar a la coordinación de los exámenes para que los retiren.

El Centro de Producción organiza el jurado, el registro fotográfico y la devolución de estos trabajos a los estudiantes autores. En estos casos el profesor no debe entregar el portfolio del examen final.

En el caso que la asignatura no participe en los concursos el profesor titular debe retener un trabajo (el que considere más adecuado pedagógicamente) y entregarlo con las actas en Secretaría Académica. Este portfolio será devuelto al estudiante - autor por el Centro de Producción. En todos los casos se entregarán al profesor las constancias correspondientes.

#### CALENDARIOS ESPECIALES

Numerosas asignaturas de la Facultad tienen para los exámenes finales requisitos especiales de fecha y lugar de entrega.

Esta estrategia pedagógica está destinada a enriquecer el proceso de evaluación de los trabajos finales de los estudiantes y organizar, entre los profesores de la asignatura o el área, reuniones para avanzar en el intercambio de opiniones y en la construcción comparativa de criterios de evaluación. Estas reuniones se llaman Foros [Pre-Examen] y se realizan entre la entrega del trabajo y el examen final.

Esta información está disponible en el website Orientación al Estudiante (Calendario Académico > Calendarios Especiales) y se distribuyen en las aulas los instructivos respectivos.

# Nuevos profesionales de Diseño y Comunicación

**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 breves reseñas de las introducciones de los Trabajos Finales de Grado (TFG).**

**Diseñador Industrial:  
EZEQUIEL ROZANSKY**

**“Divisor de ambientes para centros de evacuados” (981)**

El trabajo de grado propone el diseño de un divisor de ambientes para centros de evacuados destinados a albergar a víctimas de inundaciones. El PG explora a través de la psicología los problemas que acosan al evacuado durante una inundación y utiliza las herramientas del diseño para generar un producto que ofrece a los damnificados un lugar digno para su estadía en el centro de evacuados. En el desarrollo del proyecto se contemplaron también los requerimientos productivos y tecnológicos para la implementación del producto.

**Diseñadora Editorial:**

**ALICIA RAQUEL SLIWKIN**

**“Rediseño de Diario Norte” (955)**

El caso de estudio que se trata es el rediseño del diario del interior de la República Argentina, llamado Norte, que es un diario popular/sensacionalista, con una larga trayectoria en la provincia del Chaco. El objetivo de este proyecto de graduación es rediseñar un sistema editorial completo para Norte (marca, cuerpo del diario, cuadernillos, secciones, libros y revistas).

**Diseñadoras de Imagen Empresaria:**

**ALEJANDRA BURATO**

**“Guapa” (959)**

El PG desarrolla la creación de “Guapa”, una marca de indumentaria de la que se desprenden otras marcas que encierran toda la cadena de valor sustentable para la mujer moderna de hoy, bajo una línea integral de vestimenta para mujeres diferentes y servicios que ayuden a fortalecer el aspecto espiritual, además del cuidado corporal.

**CANDELARIA MONTES DE OCA (971)**

**“La arquitectura va de la mano del tango”**

El proyecto tiene como objetivo elaborar, mediante un desarrollo creativo y racional, la marca y el brandbook de la Ciudad de Buenos Aires, destacando los valores de la tradición porteña, la expresión artística, la integración cultural, la diversidad y el orgullo por los valores y los conceptos más característicos de Buenos Aires.

**MARÍA ALEJANDRA SÁNCHEZ APOLO**

**“El Diseño...D’ecologi” (984)**

El trabajo desarrolla la creación en Ecuador de D’ecologi, un estudio de diseño de imagen empresarial focalizado en impulsar ideas novedosas en el mercado Quiteño generando un concepto de diseño más actualizado y acorde a las nuevas tendencias. El trabajo destaca el valor del diseño integral para optimizar la comunicación

de las empresas y sus productos tanto a nivel comercial como de imagen.

**Diseñadoras de Interiores:**

**MARIA PAULA BONACINA**

**“El diseño de restaurantes japoneses en Buenos Aires” (962)**

El propósito de este estudio consiste en demostrar que el diseño de restaurantes japoneses en Buenos Aires no cumplen con las reglas del diseño oriental. Luego de esta investigación, se concluye que en esta ciudad, a la hora de plasmar una cultura a través del diseño, no se tiene un conocimiento adecuado acerca de la misma y la interpretación traducida en la arquitectura, es errónea.

**LILIANA GARCIA**

**“La incidencia de las formas orgánicas en el Diseño de Interior” (963)**

El PG se propone demostrar la importancia de las formas en el diseño y explora en particular la organicidad que producen las curvas en espacios y objetos. Este trabajo aborda la relevancia de la forma como primer paso fundamental en el camino de un buen diseño y la diversidad de posibilidades que brindan las curvas en ese sentido.

**MARTINA PORTUGAL**

**“Semiología + Diseño Interior. Caso Faena Hotel “El Porteño” (968)**

El proyecto aborda el tema de la implementación de la semiología y la semiótica como parte de la metodología de trabajo del diseñador. El ejemplo elegido para desarrollar el trabajo es el Faena Hotel + Universe “El Porteño”, destacando dos espacios públicos donde la impronta del diseño los hace completamente opuestos: “El Bistró” como el restaurante con cocina de autor más sofisticado del hotel, y “El Mercado” inspirado en los viejos mercados europeos y en las míticas cantinas.

**Diseñadores Textiles y de Indumentaria:**

**MARIA EUGENIA DOMINGUEZ**

**“La Caledonia” (947)**

El Proyecto de Graduación propone el desarrollo de una colección de indumentaria masculina, que lanza la marca Sálvame de mí...inspirada en el enfrentamiento entre Unitarios y Federales. La marca propone una nueva imagen “masculina” que rompe con el monótono mercado del hombre argentino, resaltando sus necesidades internas de cambios y nuevos estilos.

**ANAHI FRISINA**

**“Arte Vs. Diseño” (949)**

El proyecto compara las disciplinas del arte y el diseño para culminar en el desarrollo proyectual de una colección de indumentaria. El trabajo se

propone demostrar la similitud entre estas dos disciplinas y que es posible fusionarlas tomando como punto de inspiración la obra en sí misma, y como metodología de diseño el modus operandi del artista.

**JESICA GLOT**

**“Influencia del marketing en la moda” (956)**

El PG desarrolla una nueva propuesta de distribución para una marca instalada con solidez en el mercado. El proyecto consiste en la apertura Dulce Carola Edición Limitada, un local diferenciado que reúne prendas de consumo masivo habitual y nuevas líneas diseñadas especialmente para un público más reducido cuya venta, por precio o imagen, no funcionarían en locales regulares de la marca.

**NOELIA VANESA POLES**

**“Metodología del diseño: objetos recuperados” (957)**

En el trabajo de grado se expone el surgimiento de la marca de indumentaria Polen y se propone una metodología proyectual diferente que puede ser aplicada a todas las áreas del diseño, cuyo valor está en la combinación sistematizada de diferentes procesos a seguir desde el momento de abordaje del problema de diseño hasta el momento de la producción final.

**JENNIFER DENISE ZAGLUL**

**“Nudité: un alma desnuda” (966)**

El trabajo final de grado propone la creación de la marca de indumentaria femenina “Jennifer Zaglul” y presenta la propuesta de diseño de una colección inspirada en el mundo africano cuyo concepto responde a un estilo de mujer exótica y sensual, cuya belleza se resalta en la fusión con el mundo salvaje y natural del continente africano.

**MARÍA FLORENCIA BORDAS (967)**

**“Mujeres reales. La tiranía de los talles”**

El PG propone la creación de diseños de indumentaria pensados para mujeres “reales” acordes a las principales tendencias de la moda internacional. El proyecto propone incluir a mujeres que han sido excluidas por otras marcas mediante el correcto uso de medidas antropométricas basadas en las diferentes estructuras físicas de la mujer argentina propuestos por la Ley de Talles.

**MARISOL AIMARO**

**“Las tipologías y sus múltiples usos” (969)**

En el proyecto de grado se presenta la creación de la marca de indumentaria femenina “Divérsica” y su propuesta de colección. Divérsica es un concepto basado en la funcionalidad que se expresa a través de prendas versátiles, lúdicas, casuales y re-adaptables para mujeres dinámicas que producen su propia imagen, ya no como mandato externo sino como presentación de mundos internos.

**VALERIA DALCHIELE**

**“Jeanética. Un ícono en tus genes” (975)**

El Proyecto de Grado propone la creación de una colección de indumentaria cuyo concepto

se basa en el “jean” como forma de transmitir pensamientos, deseos y reacciones que reflejen a la sociedad actual, sus necesidades, valores y sus cambios. La propuesta de diseño se expresa a través de distintas tipologías basadas en la morfología del jean básico que parte del análisis de la prenda en el marco de un contexto social

**DINA ELIZABETH STUART MILNE**

**“El Rock: un manera de expresar las discordias vividas” (985)**

El PG se propone analizar el valor del rock como mensaje, su influencia en la sociedad occidental en los últimos cincuenta años y su expresión a través de la indumentaria. El trabajo toma a la diseñadora londinense Vivienne Westwood como referente de la moda callejera, juvenil y urbana inspirada en el rock y el punk. Las tendencias marcadas por el rock originan el diseño de una propuesta de colección que ejemplifica la influencia de este movimiento en la sociedad.

**SONIA PERO**

**“Astros: ¿Ciencia o Creencia? (989)**

El trabajo de grado propone establecer un paralelismo entre la estructura de la astrología, el mapa astrológico y la estructura del diseño de indumentaria, la moltería. A partir de esta forma de operar se desarrolla una colección inspirada en el mapa astrológico y las creencias, trabajando las piezas a partir de la moltería.

**Licenciado en Fotografía:**

**JAVIER ALEJANDRO TESON**

**“Pigmento Luz” (979)**

El trabajo de grado plantea si ante una misma situación recreada en pintura, fotografía o cine el espectador comprende el mensaje de la misma manera a pesar de las diferencias en las herramientas utilizadas. Para explorar posibles respuestas a esta temática, en el trabajo se representan fotográficamente tres situaciones, originalmente plasmadas en cuadros de tres pintores, con el objetivo de comprobar desde el punto de vista técnico si es posible arribar al mismo mensaje generado por la plástica.

**Licenciados en Hotelería:**

**ANA BEATRIZ ONTANEDA VEGA**

**“Análisis de la calidad de servicio en establecimientos hoteleros en la zona termal de Papallacta, Ecuador” (951)**

El PG desarrolla una propuesta turística y hotelera para la zona termal de Papallacta, Ecuador, con el objetivo de generar en esta zona la afluencia del llamado “turismo de salud”, opción turística en crecimiento cuya principal atracción son los viajes a zonas termales. En Ecuador, las aguas termales son de gran interés turístico constituyendo uno de los principales destinos de ese país.

**DIANA LARA PUGA**

**“Análisis de los Resorts en Ecuador” (982)**

El proyecto de graduación tiene como objetivo realizar una propuesta orientada a establecer los parámetros más adecuados para el desarrollo de Resorts en el Ecuador y la mejora de los ya existentes. El trabajo contempla la investigación



Marisol Aimaro

María P. Bonacina

María F. Bordas

Alejandra Burato

Denise Carrano

Ileana Carugatti de La Riva

Estefanía Cordo

Valeria Dalchiele

María E. Domínguez

Verónica Franke

y análisis de los servicios prestados por estos establecimientos turísticos y el cumplimiento de los requerimientos impuestos para esta categoría, a fin de generar un modelo que contribuya al desarrollo exitoso de nuevos emprendimientos.

**IGNACIO JAVIER RODRIGUEZ AGUILA**  
“Centro de entrenamiento para carreras de aventura” (960)

El trabajo de grado analiza la factibilidad de desarrollo de un Complejo de Cabañas con centro de entrenamiento para carreras de aventura. El objetivo de este proyecto es ofrecer un lugar de alojamiento para quienes participan en carreras de aventura donde además puedan entrenarse con profesores especializados.

**Licenciados en Publicidad:**  
**DENISE CARRANO**

“Reposicionamiento de marca: factores que determinan el éxito” (965)

El trabajo de grado analiza los factores que influyen en el éxito del reposicionamiento de una marca y las variables que deben ser tenidas en cuenta a la hora de decidir un cambio en el posicionamiento actual de la misma. Además se realiza una propuesta para la marca Wrangler que contempla soluciones para su actual problemática en relación a su posicionamiento.

**ILEANA CARUGATTI DE LA RIVA**

“PNT's o no PNT's en Gran Hermano.

Una realidad con muchas incógnitas” (974)

El PG se propone determinar los motivos por los cuales un reality show exitoso como “Gran Hermano” deja de lado la publicidad no tradicional –PNT-, siendo ésta una forma de comercialización de espacios publicitarios que se encuentra en pleno auge debido a su importante contribución a los objetivos de los anunciantes, al favorecer que los productos no pasen desapercibidos en la tanda de comerciales.

**SILVANA CERVIÑO**

“La persuasión en el discurso oral” (970)

El PG aborda la temática de la persuasión y su intervención en el discurso oral. El trabajo se propone identificar los errores que se producen al intentar persuadir a una audiencia, y demostrar de manera conceptual la importancia que tiene el lenguaje no verbal dentro de la estructura del mensaje persuasivo en el discurso oral.

**ESTEFANIA CORDO**

“La importancia de la identidad para una creativo publicitario” (964)

El PG aborda la importancia que tiene la identidad de marca para un creativo publicitario a través del análisis de tres ejes básicos: la identidad, la marca y la creatividad. El trabajo identifica una tendencia actual del mercado en el cual las marcas se han convertido en productos en sí mismas, y para poder trabajar con ellas es indispensable conocer y entender su esencia y sus características diferenciales.

**MARIANA FIGUEROA**

“El choque de culturas en el proceso de fusión” (976)

El proyecto de graduación aborda la importancia de la comunicación en procesos de fusiones y adquisiciones en las empresas. Tomando como ejemplo el caso LAN Argentina se analiza cómo

las acciones de Relaciones Públicas deberían alinearse con la estrategia empresarial para el logro de los objetivos corporativos a largo plazo.

**VERONICA FRANKE**

“La profesionalización de la comunicación en las microempresas y sus consecuencias en el resultado comercial” (950)

En el PG se aborda la temática de la importancia de la profesionalización de las áreas de comunicación en las microempresas y su influencia positiva en los resultados comerciales. Tomando el caso de la microempresa familiar Confort Americano, se plantea el valor de la gestión estratégica de la comunicación como factor que contribuye a la obtención de resultados beneficiosos para la organización.

**SANTIAGO GALLEGOS NARANGO**

“Caficultura colombiana en Argentina” (991)

El proyecto de grado aborda el análisis sobre el comportamiento del consumidor argentino y los procesos que deben atravesar las marcas que pretenden ingresar en el mercado local para comercializar sus productos o servicios. La introducción en Argentina de la línea de productos colombianos Juan Valdez se presenta como ejemplo para elaborar una estrategia de comunicación adecuada para una marca nueva que será lanzada en el mercado local.

**TOMAS LIVINGSTON**

“Creatividad móvil para las nuevas tecnologías celulares” (953)

El trabajo desarrolla un análisis de la estrategia comunicacional publicitaria de los teléfonos celulares a lo largo de su historia, analizando la evolución creativa y de mensaje de las campañas de distintas compañías y su relación directa con los cambios del mercado consumidor y los avances de la tecnología.

**FEDERICO ENRIQUE NACHMANN**

“Branding de sensaciones humanas” (972)

El Proyecto plantea la creación del multiespacio “Experiencia Kanno”, y se enfoca en el tema de las emociones humanas reflejadas por una marca y que son captadas por las sensaciones de sus consumidores para auto relacionarse con ella de la manera más eficaz, creando un vínculo mutuo entre una persona y una marca.

**MARÍA BELÉN NEIRA (948)**

“Factores socioculturales que influyen en el comportamiento de los consumidores”

El trabajo plantea la necesidad de implementar en forma continua estudios sobre el comportamiento del consumidor para conocerlo de manera profunda, satisfacer sus necesidades y obtener su fidelidad a una marca frente a la influencia de diferentes factores socioculturales que determinan su comportamiento al momento de adquirir un producto.

**ELIANA SABRINA PÉREZ**

“Cultura POP. Multiespacio VRS.” (980)

El trabajo de grado propone la alianza de la revista Rolling Stone y el canal de música VH1 para la creación de un multiespacio que funcione como restó-bar en el que la temática central sea el rock de todas las épocas. Con la creación de este espacio se pretende expandir los segmentos de

audiencia de ambas marcas beneficiándolas en relación a su imagen y posicionamiento.

**CLARA MARIA RIOS GRISI**

“Planning. Definiendo el rumbo de la Publicidad” (983)

El PG desarrolla una investigación sobre el aporte del planning –planificación estratégica- a la industria publicitaria, las posibilidades de acción en el área, el futuro de la publicidad basado en las exigencias del consumidor y la directa incidencia de la planificación estratégica sobre la eficacia de la creatividad publicitaria. Se pretende además despertar el interés de los futuros profesionales en Publicidad para orientarse en esta área a nivel laboral.

**DAMIAN ALEJANDRO RUSSO**

“La columna vertebral de una experiencia vincular” (952)

El PG analiza las temáticas y herramientas a tener en cuenta para desarrollar una comunicación, tanto institucional como publicitaria, que genere lazos firmes entre un cliente y una marca. La propuesta responde al desarrollo de la alianza estratégica Ubik y consiste en implementar acciones publicitarias que apunten a la experiencia para generar interacción y reciprocidad de comunicación en el vínculo entre la marca y sus consumidores actuales y potenciales.

**ALBERTO TRUJILLO RODRIGUEZ**

“Multiespacio Ser” (986)

El proyecto propone el desarrollo del “Multiespacio Ser” en la localidad de Villa de las Rosas, Provincia de Córdoba, siguiendo el concepto utilizado por la marca en el Bar de Aguas Ser, en Mar del Plata. Este Centro combinará las características naturales de la identidad de la marca Ser, con aspectos que se visualizan como tendencias en el campo del bienestar físico y emocional, fundamentando desde el marketing vivencial la experiencia de “vivir” y “sentir” de cerca las cualidades de la marca.

**GONZALO DANILO VAZQUEZ**

“Eficacia y eficiencia en la comunicación interna de la empresa: nueva problemática del profesional en Publicidad” (987)

El proyecto de grado aborda la temática de las falencias en los procesos comunicacionales internos en las Pymes. El trabajo desarrolla un plan de Comunicación Interna desde la óptica de la “fidelización” del Público Interno, en el cual se combinen herramientas de comunicación y de motivación. La necesidad de estas herramientas es creciente en un contexto diversificado, cambiante y altamente competitivo.

**Licenciados en Relaciones Públicas:**

**VIVIANA GONZALEZ**

“RSE. Una práctica voluntaria para muchos y una cuestión a cumplir para otros” (990)

El PG presenta un análisis del estado actual de la Responsabilidad Social Empresarial y aborda la temática de la escasa difusión que las empresas hacen de sus buenas prácticas o acciones de voluntariado corporativo. El trabajo plantea si la Responsabilidad Social para las empresas está vinculada a cuestiones regulatorias o es un acto voluntario nacido de los valores organizacionales propios de las organizaciones.

**ANALIA VIRGINIA MARTINEZ**

“Las Pymes en la Argentina y la necesidad de reinventarse para su continuidad” (977)

El PG desarrolla la estrategia de negocio y comunicación propuesta para la empresa Colores Plásticos SRL, dedicada a la producción y venta de etiquetas de PVC. El proyecto se basa en las necesidades de comunicación que evidencian las Pyme como una parte fundamental para el desarrollo de la economía y su desafío de interactuar en un mundo diversificado lo cual exige mayor acceso y gerenciamiento de la información, creatividad y eficiencia.

**MIGUEL SAUGY**

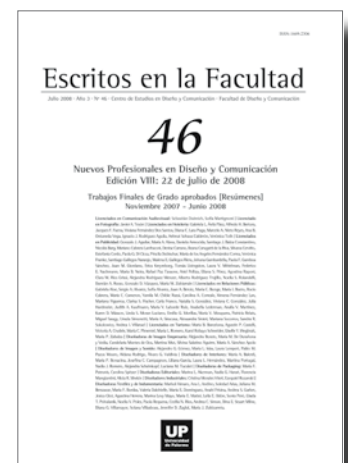
“Farmacity: su comunicación interna” (978)

El trabajo de grado aborda la temática de la Comunicación Interna y su importancia para el correcto funcionamiento de las empresas. A tal fin, se analiza el caso de la Comunicación Interna de Farmacity, empresa líder en el mercado de la venta minorista de productos farmacéuticos. Como resultado de la investigación, se ofrecen una serie de propuestas para mejorar la comunicación interna en el caso analizado y prevenir las situaciones de crisis.

El número que se detalla en cada Proyecto de Graduación es la numeración histórica de los egresados de las Carreras de Grado (cuatro años) de la Facultad.

Una síntesis de cada uno de los Proyectos de Graduación del ciclo Noviembre 2007 - Junio 2008 fue incluida en la publicación académica de la Facultad que se entregó a sus autores el 22 de julio en ocasión del acto de Nuevos Profesionales:

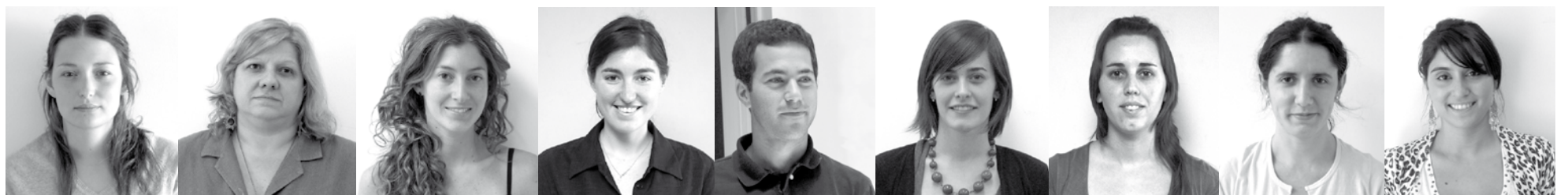
**Nuevos Profesionales en Diseño y Comunicación.** Edición VIII: 22 de julio de 2008. Trabajos Finales de Grado aprobados [Resúmenes]. Noviembre 2007 - Junio 2008  
ISSN - 1669-2306



**diseño&comunicación**

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu)  
Diseño: Constanza Togni  
Fotografía: Fernando Servente  
Textos: 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](http://www.palermo.edu)



Anahí Frisina Liliana García Jesica Glot Candelaria Montes de Oca Federico Nachmann Noelia Poles Martina Portugal Alicia Sliwkin Jennifer Zaglul

# “La previsión y la prevención son dos cuestiones fundamentales a la hora de producir un espectáculo”

Expresó Gustavo Schraier, productor ejecutivo y artístico, en las 7º Jornadas de Organización de Eventos



**El 6 de mayo de 2008 se llevaron a cabo las 7º Jornadas de Organización de Eventos musicales, organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP, junto a A.O.F.R.E.P.**

**Marcelo Gordin**, Vicepresidente de A.O.F.R.E.P., Asociación sin fines de lucro fundada en 1995, que nuclea a los Organizadores y Proveedores de Eventos, estuvo a cargo de la apertura de las Jornadas, allí hizo referencia a la importancia en la capacitación y la formación como base para cualquier especialidad: “Estos espacios de capacitación son claves. Actualmente hay más de veinte carreras de Organización de Eventos en todo el país, por año se reciben 6 mil alumnos, ¿adónde van a ir?, seguramente los Chef hace 20 años se preguntaban lo mismo, hoy todos los restaurantes tienen uno. Hay millones de nichos donde podemos trabajar”.

**Leandro Frías**, productor de eventos, comunicador y manager, hizo referencia al rol de la comunicación en los proyectos musicales, con respecto a la prensa, la promoción y difusión. En su exposición comentó sobre cuales son los distintos elementos necesarios para llevar a cabo una buena comunicación, entre ellos destacó: una agenda actualizada, trabajar en red con contactos que tengan intereses en común, hacer relaciones públicas para acrecentar la red de contactos, y por último la imagen. Sobre la comunicación en el mundo de la música explicó que la mayoría de las acciones que realiza un músico o grupo pueden ser entendidas como un fenómeno comunicativo. Cada acción es, potencialmente, una noticia: “La estrategia y distribución de la comunicación debe ser enviada con una repetición moderada para no generar saturación, la relación con los periodistas tiene que ser personal y es necesario hacerla perdurar en el tiempo”, explicó. Con respecto a la presentación y armado de las gacetillas, comentó que deben estar bien presentadas y con una excelente redacción. A su vez hizo referencia a cuándo deben enviarse: “La información debe distribuirse con el debido tiempo de anticipación, teniendo en cuenta los ciernes y formatos de cada medio”.

**Gustavo Schraier**, coordinador de producción del Complejo Teatral de Buenos Aires, productor ejecutivo y artístico, dio una charla titulada: “Del diseño a la producción de un evento artístico”,

donde comentó: “En la producción de un espectáculo existen tres factores fundamentales: el plazo, el costo y la calidad, este último es el que se suele perder, el plazo y el costo en general se mantienen”. En el momento de realizar la preproducción de un evento, explicó, es importante analizar qué tipo de evento será, cuál va a ser el género, su estilo, por qué se quiere hacer y para qué. Luego, en la etapa de diseño del espectáculo, se deben organizar las tareas y actividades, saber cómo se va a desarrollar la planificación y con qué recursos. También se deberá saber quienes lo llevarán a cabo operativamente, quiénes lo supervisarán, y por último, con qué tiempo se cuenta, dónde se llevará a cabo, cuánto costará y a quién está dirigido. “La producción es un proceso que tiene una lógica, al igual que un ciclo tiene un comienzo, un desarrollo y un final. Es importante entender cómo se gestiona un proyecto”, explicó Gustavo.

**James Murray**, director del área de teatro de Proscenio, Academia de Comedia Musical, y director de actores dio una charla titulada: “La comedia musical y sus requisitos en la puesta en marcha”. El primer momento de ejecución de un espectáculo musical es cuando el grupo creativo se reúne para llevar a cabo el boceto de la idea, luego se sale a ofrecérsela a productores. Una vez que es aceptado el proyecto se buscan a los músicos, los actores, al vestuarista y a todo el equipo que trabajará en la puesta de la obra: “Es siempre una carrera contra reloj”, comentó Murray. Luego reflexionó sobre las audiciones y los castings: “La situación de la audición es totalmente falsa, es algo actuado, lo que importa es todo lo demás. Para el casting de *Cabaret* encontré a la actriz viendo como a la salida de la audición encendía un cigarrillo, ella sería Sally Bowles”, contó el director de actores.

**Juan Carlos Amatucci**, Director de JCA Sound & Light, y **Oswaldo Mahler**, Gerente de Mahler, Ingeniería en sonido, hablaron sobre la iluminación y el sonido en espectáculos. Comenzó la charla Oswaldo Mahler, quien habló

del sonido en los eventos musicales. Sobre los micrófonos inalámbricos contó que suelen traer problemas: “si es posible, lo mejor es evitarlos”. En los musicales, los actores no quieren que el espectador vea el micrófono, para esto, deben esconderlo y adaptarlo al vestuario. En los casos en que el actor está constantemente en el escenario, como en el *Jorobado de Nôtre-Dame*, se deben colocar dos micrófonos, por si surge alguna falla.

En el momento de realizar el sonido para un evento musical hay que tener en cuenta todos los elementos y situaciones, por más insignificantes que parezcan, ya que pueden afectar el sonido. El sonidista debe trabajar junto al vestuarista y al maquillador.

Oswaldo Mahler comentó que dentro de las pautas a tener en cuenta con respecto al sonido, es importante la alineación del mismo, para esto se trabaja con Delay, con el fin de que llegue al mismo tiempo a los oyentes.

“El audio de un evento suele pasar desapercibido, sólo se lo menciona si hay fallas, sin embargo, si en una función no asiste el sonidista puede llegar a cancelarse la obra”, opinó Mahler. Amatucci hizo una descripción acerca de los distintos tipos de iluminación que se utilizan en los eventos y sus estructuras, destacó la importancia que tomó en los últimos años, y como el cambio de color de un escenario, generó una gran transformación visual. “En la actualidad se trata de aprovechar al 100 por ciento las ventajas que generan los equipos”, dijo Amatucci.

**Martina Lento**, diseñadora de ambientes, participó de la Jornada junto a **Florencia Duggan**, decoradora, ambas socias del Estudio de Diseño Neto. Su charla se tituló: “Ambientación de Eventos: Tendencias”. Según comentaron, la decoración de un evento es algo efímero y representa la parte visual del mismo. Al desarrollar la ambientación es necesario contar con los planos de distribución del espacio, los de iluminación, planificar el *timing* del evento y organizar cómo será la coordinación y la logística del mismo.

“Hay dos tipos de eventos: los corporativos y los eventos sociales. El evento corporativo refleja el concepto de lo que se quiere vender o comunicar, y el social refleja la personalidad del cliente, basado en que es lo que quiere transmitir y cómo”, explicó Florencia Duggan. Sobre las tendencias actuales en ambientación recalcaron el uso del color y la luz como prota-



Gustavo Schraier (Complejo Teatral de Buenos Aires)



Marcelo Gordin (A.O.F.R.E.P.)



Oswaldo Mahler (Mahler, Ingeniería en sonido)

**“El audio suele pasar desapercibido en el evento y sólo se lo critica si hay fallas”**

Oswaldo Mahler

gonistas, la organización de eventos temáticos, eventos corporativos alternativos, barras y pistas exclusivas.

“Tratamos de basarnos en un concepto, por ejemplo en un color, y en base a eso realizamos las invitaciones, el vestido, el ramo; buscamos que todo tenga un mismo criterio”, dijo Martina Lento. (Valeria Limonoff)



James Murray (Proscenio Academia de Comedia Musical)



Leandro Frías (Productor de eventos)



Martina Lento y Florencia Duggan (Estudio de Diseño Neto)



Juan Carlos Amatucci (JCA Sound & Light) y Oswaldo Mahler (Mahler, Ingeniería en sonido)