

12000 + 10000 + 300 + 250 + 195

Los números de Diseño en Palermo. IV Encuentro Latinoamericano 2009

Invitados de Honor: Carson, Chaves, Taborda, Torrejón • **12000** inscriptos de toda América Latina: profesionales, estudiantes, empresas, estudios de diseño • **U\$S 10000** en premios en 5 concursos: moda, ensayos, mobiliario, marca, afiches • **300** actividades gratuitas: conferencias, talleres y laboratorios • **195** instituciones miembros del Foro de Escuelas de Diseño • **250** auspiciantes: organismos oficiales, asociaciones, embajadas y escuelas de diseño • **7** ediciones de Actas de Diseño • **2** ediciones del Libro de Afiches • **40** stands y muestras • Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza en Diseño • **50** empresas en el Programa El mejor diseño está en Palermo.

Actividades libres y gratuitas

SUMARIO

- ▷ Publicación Reflexión Académica en Diseño y Comunicación Página 2
- ▷ La percepción del sitio y el diseño del paisaje. Seminario de paisajismo Página 2
- ▷ Proyecto Escénico 1. Cátedra Gustavo Schraier Página 2
- ▷ Moda en Palermo. Marca registrada en Diseño y Comunicación UP Página 2
- ▷ Estudiantes ganadores del premio oro Clarín a la Creatividad Publicitaria Página 3
- ▷ Invitados de Honor al IV Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009 Página 3
- ▷ Estudiantes DC online Página 3
- ▷ Reseña 3^{er} Jornadas de Tendencias Gastronómicas 2009 Página 4
- ▷ Presentación libro Afiches en la Embajada de Uruguay en Buenos Aires Página 5
- ▷ Imágenes de las Jornadas de Reflexión Académica. Febrero 2009 Páginas 6 y 7
- ▷ Reseña 12^{er} Jornadas de Publicidad 2009 Página 8
- ▷ Presentación Libro Moda en Palermo II Página 9
- ▷ Uchronia en la Facultad de Diseño y Comunicación Página 9
- ▷ Reseña 8^{er} Jornadas de Organización de Eventos 2009 Página 10
- ▷ Reseña 3^{er} Jornadas de Paisajismo 2009 Página 11
- ▷ Creaciones de estudiantes premiados Página 12

Carson + Chaves + Taborda + Torrejón



Invitados de Honor al IV Encuentro Latinoamericano 2009

[+ info página 3]

El Encuentro más allá de Palermo

Este año, el Encuentro Latinoamericano de Diseño estará presente en distintos espacios de Buenos Aires, más allá de las sedes de la Universidad de Palermo.



Muestra "La nueva silla latina" en el MARQ, del **7 de julio al 7 de agosto**.

Muestra "3 años de afiches latinoamericanos" en el C. C. Borges, del **28 de julio al 15 de agosto**.

Conferencia de David Carson en el Teatro San Martín y Salón Salguero Plaza, del **29 al 31 de julio**.

El mejor diseño está en Palermo, mapa de espacios de diseño, el **31 de julio y 1º de agosto**.

Diseño en Palermo. IV Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009. **Del 28 al 31 de julio**

Inscripción libre y gratuita: www.palermo.edu ---> Facultad de Diseño y Comunicación ---> Encuentro Latinoamericano de Diseño en Palermo



Presentación libro Afiches en la Embajada de Uruguay en Buenos Aires



Participaron de la mesa de presentación del libro (ver foto de izq a der.) **Norberto Frigerio** [diario La Nación], **Enrique Avogadro** [Centro Metropolitano de Diseño], **Marcelo Pujó** [Secretaría de Cultura del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio internacional

y Culto de la Cancillería Argentina], **Francisco Carlos Bustillo Bonasso** [Embajada de la República Oriental del Uruguay], **Oscar Echevarría** y **Jorge Rodríguez** [Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo] [+ info página 5]



DOSSIER 27 | Julio 09. BIENVENIDOS A DISEÑO EN PALERMO 2009. Imágenes de profesionales, docentes, invitados de honor y estudiantes de la III Edición, durante 2008, del Encuentro Latinoamericano de Diseño.

El orgullo de cumplir 10 años

La publicación Reflexión Académica en Diseño y Comunicación con sus ediciones XI (febrero 2009) y XII (agosto 2009) cumplió 10 años de vida. [Ver nota en página 2 / fotos en páginas 6 y 7]



La percepción del sitio y el diseño del paisaje

Seminario a cargo del Paisajista Roberto Mulieri, organizado con Club Argentino de Jardinería y la Red Argentina del Paisaje

2 de julio Mario Bravo 1050. Aula Magna



9.30 Acreditación

15.00 Presentación de la Red Argentina del Paisaje

Edgardo Ruiz y María I. Pérez Molina,
Nodo Buenos Aires

10.00 Los lugares, las formas y la percepción del lugar
Proyección de obras

12.00 Break

Coordinadores Académicos:
Edgardo Ruiz - Elisabet Taddei

13.30 El diseño del paisaje en la ciudad, el campo, la sierra, el mar y la montaña
Proyección de obras

Libres y gratuito. Informes e inscripción: 5199-4500
int. 1530 / 1502 / 1570. consultasdc@palermo.edu

Creaciones de estudiantes de las Licenciaturas en Espectáculos y Dirección Teatral

Proyecto Escénico 1. Cátedra Gustavo Schraier

6 de julio, 18 hs. Camarín de las Musas. Mario Bravo 960.

Work in progress de un proyecto escénico realizado por los alumnos de 4º año de las Lic. en Diseño de Espectáculos y en Dirección Teatral de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Estos trabajos en proceso - espectáculos deliberadamente inacabados - fueron materializados por los estudiantes quienes, partiendo de un texto clásico, atravesaron todas las instancias de un proceso de producción escénica desde la concepción, los diseños y las realizaciones hasta la confrontación con el público. En este caso realizaron tres variaciones sobre *Ricardo III* de William Shakespeare.

EL DUQUE DE GLOUCESTER

"El Duque de Gloucester solo ha nacido para cumplir sus deseos más profundos, no podrá detenerse si no es llevándolos a cabo, un ser leal únicamente a su propia naturaleza".

Ricardo: **Marcelo Tubio** / Lady Ana: **Rosaura López De Cea** / Margarita: **Nora Zulma Mercado** / Isabel: **Emilia Escaris Pazos** / Vestuario, asistencia, iluminación, producción: **Sofía Moreno Cagnolo** / Vestuario, asistencia, producción: **Ximena Gutiérrez** / Escenografía, utilería, sonido, producción: **Paula Galván** / Asistente de escenografía: **Nadia Olives** / Adaptación, dirección, gestión, producción: **Emilia Escaris Pazos**

EL EPÍLOGO

Ricardo es cínico. Nos cuenta una historia cínica. O la historia nos cuenta de él... ¿Puede alguien verdaderamente manipular la vida y la muerte? Ricardo: **Gerardo González** / Lady Anne: **Florencia Seggiaro** / Clarence: **José Brutti** / Buckingham: **Ricardo Villan** / Adaptación: **Alejandra Gargiulo, María José Moreno, Dalia Kluger** / Dirección: **Alejandra Gargiulo** / Diseño de escenografía: **Dalia Kluger** / Diseño de vestuario: **María José Moreno** / Diseño de Luces: **Alejandra Gargiulo, María José Moreno, Dalia Kluger** / Producción general y puesta en escena: **Alejandra Gargiulo, María José Moreno, Dalia Kluger.**

A.Vi.F (Asociación Villanos Famosos)

Ser inteligente también es saber a quien recurrir ante un conflicto.

Ricardo III: **Alberto Mosquera** / Yago: **Marcelo Aruj** / Guillermo: **Juan Minujen** / Reina Margarita: **María Mercedes Lando** / Lady Macbeth: **María Sol Bisogno** / Diseño de Escenografía, Vestuario, Iluminación y Maquillaje: **Carla Altarelli** y **Florencia Lovaglio** / Adaptación y Dirección General: **Emilce Puyada** / Producción Gral: **Emilce Puyada, Carla Altarelli** y **Florencia Lovaglio** / Agradecimientos: Laura Silva, Teresa Fernández, Ignacio Pedretti.

Duración del espectáculo 90 minutos

Cátedra Diseño Denim-Santana

La empresa **Santana Textiles** y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo generaron un acuerdo para el desarrollo de la cátedra denim en el área de diseño de indumentaria. Santana Textiles auspiciará una cátedra Diseño IV que se basará en la utilización del denim. Esta asignatura tendrá una modalidad de workshop de investigación y experimentación sobre jean, los alumnos participantes trabajarán y desarrollarán proyectos con denim bajo la conducción de docentes diseñadores capacitados en ese fin. Los resultados obtenidos se presentarán en Moda de Palermo (noviembre 2009), y podrán ser incluidos en diferentes publicaciones.

La cátedra Diseño Denim-Santana será Diseño de Indumentaria VI dictada por el profesor Gustavo Lento los días miércoles de 8 a 11.15 a partir del 5 de agosto.

Los estudiantes la pueden cursar como Diseño de Indumentaria VI. Se requiere inscripción por sistema de alumnos.



El orgullo de cumplir 10 años

Con el número XII, la publicación de la Facultad Reflexión Académica en Diseño y Comunicación (ISSN 1668-1673) culmina su décimo año de vida. Hasta el año 2007 se editó un número al año. A partir del año 2008 se editan dos números al año.

Desde su creación en la Facultad de Diseño y Comunicación se ha estimulado la producción académica del claustro docente y de sus estudiantes. Esta preocupación se expresa en las publicaciones que se editan regularmente y que conforman la política editorial de la Facultad, que canaliza y difunde en forma organizada y sistemática su producción.

La actividad editorial de la Facultad de Diseño y Comunicación se organiza en tres grandes grupos de publicaciones: Publicaciones Académicas, Publicaciones Informativas y Libros.

Las publicaciones académicas de carácter periódico actualizan y desarrollan el conocimiento del campo disciplinar y profesional en el que se instalan las carreras que dicta la Facultad de Diseño y Comunicación.

Reflexión Académica en Diseño y Comunicación

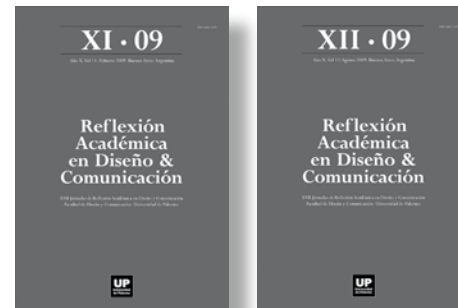
Las Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación son organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1993. Son encuentros que se destinan al análisis, intercambio de experiencias y actualización de propuestas académicas y pedagógicas en torno

a las disciplinas del diseño y las comunicaciones. Todos los docentes de la Facultad participan a través de sus ponencias, que son editadas en Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, una publicación académica centrada en cuestiones de enseñanza - aprendizaje en los campos del diseño y las comunicaciones. La publicación tiene el número ISSN 1668-1673; se edita anualmente desde el 2000 y semestralmente desde el 2008, con una tirada de 1000 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

Durante el 2009 se editaron los números 11 (Febrero 2009): "XVII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación" y número 12 (Agosto 2009): "XVII Jornadas de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación"

En febrero 2009 se realizaron las XVII Jornadas de Reflexión Académica y se presentaron las dos ediciones (XI y XII) de la publicación correspondiente a febrero y agosto 2009 respectivamente.

En las páginas 6 y 7 de la presente edición se incluyen imágenes de los profesores de la Facultad con la publicación en el brindis de apertura del ciclo académico 2009.



198 artículos escritos por profesores y académicos de la Facultad integran las ediciones XI y XII de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. Todos los artículos pueden ser consultados, y bajados en forma libre y gratuita, de www.palermo.edu --> Facultad de Diseño y Comunicación --> Publicaciones --> Reflexión Académica en Diseño y Comunicación.

Moda en Palermo

Marca registrada en Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo

Del 17 al 30 de junio en la sede de Jean Jaurès 932, se llevó a cabo Moda en Palermo. Un ciclo de desfiles, muestras, video instalaciones y performances que congrega a estudiantes de 1º a 4º año de Diseño de Modas y Producción de Modas. Las presentaciones fueron el resultado de la gran cantidad de proyectos creativos que se gestaron dentro del marco de las asignaturas de diseño cursadas cada cuatrimestre y que constituyen el resultado de un proceso integrador de las habilidades creativas, técnicas, expresivas y metodológicas de nuestros estudiantes.

En esta oportunidad la UP se contó con la participación especial de dos destacados diseñadores uruguayos, María Inés Pujol (1º premio concurso Lumina, Uruguay) y Carla Buccino (2º premio concurso Lumina, Uruguay)

Moda en Palermo es hacer diseño y parte sustancial de un programa pedagógico pensado en continuar creando condiciones que estimulen la creatividad y predispongan ámbitos para la innovación y la experimentación en el desarrollo de la labor de los estudiantes. Es un programa que incentiva a explorar, cultivar y desarrollar intuiciones, a conceptualizar y argumentar propuestas, a perseguir sueños, a materializar ideas, a concretar proyectos. Moda en Palermo sintetiza inquietudes, búsquedas personales y las capaci-

dades creativas de nuestros futuros profesionales del diseño en la manifestación concreta de un resultado de calidad tangible y visualizable.

En el marco de dicha propuesta, la Universidad de Palermo premiará a las más destacadas producciones que participen de Moda en Palermo edición junio 2009 el próximo mes de septiembre en una emotiva ceremonia.

Participaron las siguientes cátedras:

Desfiles: **Dolores Althabe** • **Eugenia Aryan** • **Claudia Barbera** • **Natalia Barros** • **Belén Bernardi** • **Eugenia Biagioli** • **Gustavo Calandra** / **Claudio Hock** • **Vanina D'Antoni** • **Cecilia De Laurente** • **Mariana Denizio** • **Carla Desiderio**, **Graciela Ferrari** • **Lorena González** • **Ximena González Elicabe** • **María Eugenia Granados** • **Verónica Ivaldi** • **Verónica Kepa**, **Gustavo Lento** • **María Mihanovich** • **Yanina Oro** • **Cecilia Otero** • **Paola Pascua** • **Marina Quatromano** • **Lucrecia Rigoni** • **Marisa Schenone** • **Marcelo Senra** • **Cynthia Smith** • **Verónica Sordelli** • **María José Uslenghi** • **Laura Valenzuela** • **Carla Valli** • **Laura Valoppi** • **Andrea Vargas Prada** • **Adriana Vázquez.**
Muestras Estáticas: **Eugenia Aryan** • **Fernando López Bizcaino**

“Se presentaron 840 piezas, haber ganado fue un gran logro”

Expresaron Malena Porcaro y Santiago Ortiz Velez, estudiantes ganadores del premio oro Clarín a la Creatividad Publicitaria en categoría sub 25.

El 26 de noviembre 2008 el grupo Clarín realizó la 22ª edición de los Premios Clarín a la Creatividad, cuyo fin es promover el desarrollo de la creatividad en medios gráficos. La ceremonia contó con la participación de directores de agencias, creativos y personalidades del ámbito académico.



Malena Porcaro y Santiago Ortiz Velez (ver foto), estudiantes de la carrera de Publicidad de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, fueron los ganadores del premio Oro Clarín a la Creatividad Publicitaria de la categoría Sub 25, con su aviso “Cruces”. El docente de la cátedra fue Adrián Candelmi.

“El proyecto que tuvimos que hacer consistía en una pieza para apadrinar la educación de un niño en la Argentina. La idea en la que trabajamos fue ponernos en los zapatos del niño. Como el tema la educación, pensamos cómo vería el mundo una persona que no sabe ni leer ni escribir y como consecuencia surgió la foto que realizamos en la que reemplazamos todo lo que era letras y escritura por símbolos que representamos con cruces. El objetivo era mostrar cómo ve el niño que no sabe leer ni escribir”, contó Santiago Ortiz Velez.

“La idea era poder mostrar cómo se siente esa persona ante la contaminación visual que hay, por eso la foto está visualmente cargada, se ve un colectivo, carteles publicitarios, lugares donde está presente la tipografía y la letra”, explicó Malena Porcaro.

Sobre el proceso de trabajo comentó: “Fue bastante rápido, nos dieron el brief en la clase y lo trabajamos, lo llevamos a corregir con nuestro profesor. Teníamos dos caminos y él nos propuso seguir uno, volvimos a sacar la foto muchas veces hasta que encontramos la que nos gustó”.

Sobre el momento en el que se enteraron que habían ganado Santiago dijo: “Nos llamaron y nos dijeron que éramos finalistas, lo cual fue una satisfacción muy grande, el solo hecho de llegar a ese lugar ya era importantísimo. El día del evento nos enteramos que habíamos ganado ya que las piezas gráficas estaban expuestas y la ganadora, dentro de cada categoría, tenía pegado algo que la identificaba, ahí la vimos”.

“Fuimos la primera categoría premiada de la noche, nos llamaron y subimos a recibir los premios. Nos aplaudieron y felicitaron y después

nos hicieron una entrevista para el programa “La mejor publicidad del mundo” y nos felicitó mucha gente”, contaron.

Sobre la realización de la pieza Malena comentó: “Nos dijeron que posiblemente nos llamen para producir la campaña, si es que consiguen alguna agencia que lo realice, ya que es todo *ad honorem*”.

“Ojalá que a partir de esto se abran muchas cosas nuevas”, concluyeron diciendo.

Por su parte, **Adrián Candelmi**, docente a cargo de la cátedra de Publicidad dio su opinión: “Malena y Santiago son una dupla muy creativa y trabajadora que se merecen haber ganado. Habían traído el proyecto casi cerrado, hubo que hacer algunos cambios que mejoraron la pieza e hicieron que se vuelva potente. Recibieron comentarios muy buenos, por la contundencia de la pieza, el tipo de recurso que usaron, es una pieza muy ágil, potente y fresca y eso es un mérito muy grande de ellos.



Invitados de Honor Diseño en Palermo. IV Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009

Del 28 al 31 de julio

David Carson. Diseñador, sociólogo, surfista. Es el diseñador principal de David Carson Design Inc. con oficinas en California y Zurich, Suiza.

Norberto Chaves. Socio de I+C Consultores (Barcelona), estudio experto en Imagen Corporativa, asesor de empresas e instituciones en estrategias y programas de identidad y comunicación.

Felipe Taborda. Diseñador gráfico carioca (Brasil). Formado por la PUC / RJ, estudió cine y

fotografía en la London International Film School (Inglaterra), Communication Arts en el New York Institute of Technology y Graphic Design en la School of Visual Arts (EUA).

Ana Torrejón. Periodista y Galerista. Estudió Periodismo en el Instituto Grafotécnico y se desempeñó, entre otras, en las siguientes redacciones: Revista Siete Días, Editorial Abril, Revista La Semana, Editorial Perfil, Revista Para Ti, Editorial Atlántida, Revista Claudia, Editorial Abril.

2009
DISEÑO
PALERMO
ENCUENTRO
LATINOAMERICANO

27
JUN
estudiantes
DC ONLINE
Diseño y Comunicación



EstudiantesDC online 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 27 se envió a comienzos de junio y, en DC de julio, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

Junio Semana a semana / Para agendar

• Ciclo de Evaluación. Alumnos ingresantes en mayo 2009

1º semana: del 6 al 10 de julio, semana de integración de contenidos.

2º semana: del 13 al 17 de julio. Cierre de actas de cursada. Entrega obligatoria de portfolios.

3º y 4º semana: del 20 al 24 de julio. Preparación para finales.

Los estudiantes que ingresaron en mayo 2009 rinden sus finales en la semana de exámenes previos de octubre 2009 (del 13 al 19 de octubre). Si no lo rinden en este período pueden hacerlo en los siguientes períodos previos (diciembre 2009, febrero, mayo, julio y octubre 2010). (+ info: Secretaría Académica, sacademicdc@palermo.edu)

Cierre Horas de Consulta 2009_1

El 5 de junio es el último día de horas de consulta de profesores del primer cuatrimestre 2009. El ciclo correspondiente a las horas de consulta del segundo cuatrimestre 2009 comienza el 7 de septiembre y finaliza el 6 de noviembre.

Proyecto de Graduación

En la semana del 1 al 5 de junio, los estudiantes de Seminario de Integración II entregan el 75% de su producción que consiste en escribir la versión final del proyecto. Las Mesas de Evaluación y Coloquio correspondientes a los Proyectos de Graduación entregados en el mes de febrero, se realizarán en las semanas del 22 y 29 de junio. (+ info: proyectodegraduaciondc@palermo.edu)

Proyectos pedagógicos. Entregas Julio 2009

Las asignaturas que participan de los Proyectos Pedagógicos tienen entregas anticipadas a efectos de organizar las muestras, las correcciones y los foros de profesores.

Los profesores deben avisar a los estudiantes que van a rendir exámenes regulares y previos en el período de julio a fin de organizar las entregas para poder cumplir con lo estipulado para cada proyecto pedagógico. Los proyectos son los siguientes:

+ Fotopalermo y Espectáculo Palermo. Reserva de espacio: del 22 al 26 de junio. Jean Jaurès 932. Entrega y montaje de la minimuestra: viernes 3 de julio de 2009. Jean Jaurès 932. Apertura de la muestra: 7 de julio de 2009. Jean Jaurès 932, 19 hs.

+ Creatividad Palermo. Reserva de espacio: del 22 al 25 de junio de 2009. Ecuador 933. Entrega y montaje de la mini muestra: el viernes anterior a la semana de exámenes finales (viernes 26 de junio, viernes 3 y viernes 10 de julio de 2009). Ecuador 933.

+ Historietas Palermo. Reserva de espacio: del 22 al 25 de junio de 2009. Ecuador 933. Entrega y montaje de la mini muestra: el viernes anterior a la semana de exámenes finales (26 de junio y 3 y 10 de julio de 2009). Ecuador 933.

+ Interiores Palermo. Recepción de trabajos prácticos finales: el jueves anterior a la semana de exámenes finales (25 de junio, 2 y 8 de julio de 2009. Se adelanta por el feriado del jueves 9). De 11 a 15 o 18 a 20 hs. Mario Bravo 1302.

+ Industrial Palermo
Área Diseño de Productos (niveles I a IV). Recepción de trabajos prácticos finales: jueves 2 de julio de 2009 de 11 a 15 hs o 18 a 20 hs en Mario Bravo 1302.

Área Diseño Industrial (niveles I a X). Recepción de trabajos prácticos finales: miércoles 8 de julio de 2009 de 11 a 15 hs o 18 a 20 hs. Mario Bravo 1302

+ Entornos digitales. Recepción de trabajos prácticos finales: una semana antes del examen respectivo. Mario Bravo 1050. 1er piso

+ Producción audiovisual. Recepción de trabajos prácticos finales: una semana antes del examen respectivo. Palermo Digital. Mario Bravo 1050 1º piso.

+ Ensayos sobre la imagen. Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Ensayos Contemporáneos. Los docentes reciben los documentos finales de sus estudiantes unos días antes del examen final de manera de poder leerlos.

+ Presentaciones Profesionales. Los docentes reciben los documentos finales de sus estudiantes unos días antes del examen final de manera de poder leerlos.

Calendarios especiales

Varias asignaturas de la Facultad se agrupan de acuerdo a sus contenidos y cursadas respectivas con acciones pedagógicas de visibilidad de la producción de sus estudiantes. Varias de estas acciones se organizan en ciclos y todos los profesores que dictan dichas asignaturas acuerdan un calendario común.

En el caso del Ciclo de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación comenzó el martes 26 de mayo y culmina el viernes 5 de junio. El caso del Ciclo de Eventos Jóvenes, el de Presentaciones Profesionales y el Ciclo Moda en Palermo se realizan durante las dos últimas semanas de cada cuatrimestre (ver notas respectivas en esta misma edición).

Toda la información sobre calendarios especiales puede consultarse en el minisitio Orientación al Estudiante ingresando en Calendario Académico y Calendarios Especiales.

Ensayos Contemporáneos

Las asignaturas Metodología de la Investigación, Teorías de la Comunicación y Ciencias Económicas y Políticas, conforman el denominado Bloque Ensayístico. El mismo tiene como objetivo la reflexión teórica y la escritura de ensayos temáticos contemporáneos que contextualicen y profundicen los conceptos de estas asignaturas. Los estudiantes realizan la presentación de los ensayos del 16 al 26 de junio en el horario habitual de clases.

Inscripción a Exámenes Finales Julio 2008

Ya está abierta la inscripción a exámenes finales de julio 2009 por sistema de alumnos. Se recuerda que los estudiantes pueden rendir las asignaturas que cursaron durante el primer cuatrimestre en el período de exámenes regulares de julio (del 29 de junio al 17 de julio). Los estudiantes que adeuden asignaturas previas pueden rendir en el período de exámenes previos de julio (del 20 al 24 de julio). Los estudiantes que no rindan en este período deben esperar hasta el siguiente período de exámenes previos desde el 13 al 19 de octubre 2009.

Para consultas y/o pedidos: orientaciondc@palermo.edu. Se recomienda leer detenidamente la sección Preguntas Frecuentes sobre los Exámenes en el minisitio Orientación al Estudiante.

Talleres de Representación Gráfica

La semana del 1 de junio comienza un nuevo ciclo de Talleres de Representación Gráfica. En esta ocasión se dictarán los siguientes talleres: Figura Humana - Figurín 1, 2, 3 y 4, Croquis 3 y 4, Maquetas 3 y 4 y Textiles y Estampados 2 y 3. La inscripción es por Sistema de Alumnos. Las ofertas se pueden consultar en el minisitio de Talleres de Representación Gráfica.

“Gracias los a medios dedicados a la gastronomía, pudimos intercambiar conocimientos entre chefs de todo el mundo”

Expresó Walter García Díaz, chef del Marriott Plaza Hotel Buenos Aires

El 23 de abril la Facultad de Diseño y Comunicación organizó las 3º Jornadas de Tendencias Gastronómicas junto a GH Grupo Gastronómico. Durante el día destacados profesionales del mundo gourmet hablaron acerca de su visión, estrategias de negocio y tendencias dentro del mercado.



De izq. a der. Graciela Hernández [GH Grupo Gastronómico], Luciano Ratti [Hotel Emperador], Guillermo Ciccarello [Hoteles NH], Daniel Hansen [restaurante Sette Bacco] y Walter García Díaz [Marriott Plaza Hotel Buenos Aires]



Participaron los ganadores de los Premios Tendencias Gastronómicas que fueron premiados por **Graciela Hernández**, Directora de GH Grupo Gastronómico: “Hoy nos acompañan algunos de los premiados que fueron reconocidos por el lugar destacado que ocupan dentro de la gastronomía y la hotelería en nuestro país”.

Luego se realizó una mesa redonda con chefs de hoteles y restaurantes. **Luciano Ratti**, del Hotel Emperador dijo: “Soy chef ahí desde su apertura, antes trabajé en otros restaurantes. El hotel, al no ser una cadena, permite mayor flexibilidad. Si propongo hacer algo y es bueno se acepta, siempre que sea un buen negocio”. Con respecto al aprendizaje de la profesión comentó: “Las escuelas en el país están evolucionando mucho, la gente joven termina la secundaria y ya sabe si se quiere dedicar a la gastronomía. Las posibilidades fueron creciendo”.

Luego, **Guillermo Ciccarello**, chef de la cadena de hoteles NH: “Tuve la suerte de viajar y capacitarme viendo la gastronomía europea. Un jefe de cocina se va haciendo a medida que recorre lugares y caminos”. Sobre la cocina latinoamericana expresó: “Se le está dando mucha importancia y eso es muy bueno, estamos defendiendo nuestra cocina y creo que nos vamos a equilibrar con otros países”.

Por su parte, **Daniel Hansen** del restaurante Sette Bacco: “Hace seis años que tengo el restó y cocino desde los 14. Todos los días estoy luchando y haciendo lo que más me gusta”. Dio su opinión acerca de los proveedores: “Las empresas están pendientes de nosotros, de que probemos sus nuevos productos y ver qué es lo que necesitamos. Está bueno que nos propongan cosas nuevas”. Y concluyó diciendo: “Muchos creen que la gastronomía es algo fashion, la cocina es una cultura de trabajo y de sacrificio, los logros llegan con el tiempo”.

Por último, **Walter García Díaz**, chef del Marriott Plaza Hotel Buenos Aires, habló acerca de su experiencia en el hotel y de la actualidad de la gastronomía: “Al ser una cadena te brinda la posibilidad de capacitarte. Gracias los a medios dedicados a la gastronomía, pudimos intercambiar conocimientos entre chefs de todo el mundo, uno puede ir tomando productos y técnicas de distintos países”.

La siguiente presentación fue realizada por **Hernando Álvarez y Juan Manuel Waku**, Chefs Food Solutions de la empresa Unilever.

Hernando Álvarez comenzó: “Lo que se aprende en la cocina es la disciplina. Los mejores platos son los pensados para cada comensal”. Juan Manuel Waku agregó: “Somos un complemento y una parte más de la cocina, somos el socio silencioso”. Y finalizó dando un consejo: “En los primeros años de la carrera es muy importante la perseverancia”.

Luego, representantes de la empresa Provas, Proveedores asociados para la industria de la hospitalidad, hablaron acerca de la empresa. **Alberto Antequera** comentó: “Se fundó hace tres años, con la idea de crear una propuesta integral sobre hotelería, nos dedicamos al equipamiento de los hoteles. Nuestro objetivo es sumar nuevas empresas y ofrecerles el 100 por ciento de los productos e insumos que necesitan. La idea es proyectarnos en el mercado a través de la ética, el desarrollo y el marketing”.

Claudia Brea, explicó: “Hay gran cantidad de proyectos hoteleros en los últimos años que necesitan de personal especializado. Hay que estar atentos a leer lo que el mercado pide, es necesario mantenerse actualizado”.

Luego se realizó una mesa redonda con gerentes de importantes hoteles. **Guillermo Paulino**, del Hotel Panamericano, dijo: “En la actualidad esta-

mos implementando una política más agresiva en las ventas, seguimos trabajando en la fidelización de nuestros clientes y en la búsqueda de nuevos. Contamos con un rincón gourmet con los mejores quesos y ahumados y una amplia bodega y a su vez abrimos una variedad de cocina internacional para cambiarle la oferta al cliente”.

Rubén Weisgerberg del Hotel Claridge, comentó: “Existe un departamento de eventos encargado de las actividades culturales del hotel con el objetivo de buscar nuevos clientes en el desarrollo de las distintas jornadas. El restaurante es para todo tipo de gente, no sólo para los huéspedes, con un precio de venta que a veces es más económico que salir a comer afuera”. Con respecto al mercado, expresó: “Evaluamos lo que hay en el mercado y lo que nos gusta a nosotros. El cliente quiere honestidad, quiere pagar por el plato lo que vale realmente”.

Gastón Judzik, del Sheraton Hotel: “Cuesta mucho encontrar nuevos clientes. Buscamos nuevas bodegas, nuevas cartas y realizamos festivales mensuales para atraer clientela. La competencia es feroz, cada vez hay más hoteles y la ocupación no sube al mismo ritmo”.

A continuación, **Roberto Fanego**, Gerente General del Café Tortoni, habló acerca de la historia del café: “Fue fundado en el siglo XIX por una familia francesa cuando Buenos Aires era de casas bajas y una gran aldea. Con el paso del tiempo han cambiado los dueños y la ubicación del mismo. Café Tortoni fue el lugar donde se reunían los poetas y músicos, fue visitado por el Presidente Marcelo T. de Alvear, quien fue un gran protector de los artistas, también por Quinquela Martín, Alfonsina Storni, Carlos Gardel, Fangio y Jorge Luis Borges. Fue un placer para mí poder compartir la mesa con estas personalidades”.

Al cierre de la jornada, se presentó el torneo mundial de pastelería *Coupe du monde de la Pâtisserie*, con la presencia de uno de los jurados y del equipo que representó a la Argentina.

José Luis Godoy, jurado, comentó: “Me hace muy feliz compartir esto con los tres representantes de nuestro país y poder conocer nuevas técnicas de trabajo”.

Eduardo Ruíz, del equipo argentino, dijo: “Durante el campeonato en el exterior en la mayoría de los productos nos tenemos que adaptar a ellos, balanceando las recetas a sus gustos y sabores”. Luego, **Diego Irato** expresó: “En Argentina no se le da tanta importancia al campeonato, en cambio en el exterior entrenan durante dos años para esto y tienen el apoyo del Gobierno. Nos ha tocado tener que competir con aquellas personas que leíamos sus libros cuando estábamos estudiando”.

Por último, **Ariel Segger**, del mismo equipo, agregó: “El tiempo es un factor muy importante, y por más que haya sido poco, pudimos cumplir con los objetivos que nos propusimos. Nos juega en contra la distancia, es muy complicado llevar todos los materiales”.



Guillermo Paulino [Hotel Panamericano], Rubén Weisgerberg [Hotel Claridge] y Gastón Judzik [Sheraton Hotel]



Hernando Álvarez y Juan Manuel Waku [Food Solutions]



Alberto Antequera y Claudia Brea [Provas]



Roberto Fanego [Café Tortoni]



José Luis Godoy, Eduardo Ruíz, Diego Irato, Ariel Segger



“Quiero felicitarlos por esta iniciativa que está muy abierta al desarrollo de nuevas ideas y a la exploración”

Expresó Enrique Avogadro, Director del Centro Metropolitano de Diseño

El 21 de mayo la Facultad de Diseño y Comunicación presentó, en la Embajada de la República Oriental del Uruguay, el libro *Latinoamérica se expresa diseñando. Diseño de Afiches 2008*. Este libro, de 200 páginas a color y una tirada de 2.000 ejemplares, presenta los trabajos preseleccionados y ganadores del concurso de afiches: “*Latinoamérica se expresa diseñando*”, organizado por el Foro de Escuelas de Diseño en ocasión del III Encuentro Latinoamericano de Diseño realizado durante 2008.



De izq. a der. Norberto Frigerio, Enrique Avogadro, Marcelo Pujó, Francisco Carlos Bustillo Bonasso, Oscar Echevarría y Jorge Rodríguez >

Participaron de la mesa de presentación el decano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, **Oscar Echevarría**; el Embajador de la República Oriental del Uruguay, **Francisco Carlos Bustillo Bonasso**; el director del Centro Metropolitano de Diseño, **Enrique Avogadro**; de la Secretaría de Cultura del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio internacional y Culto de la Cancillería Argentina, el Embajador **Marcelo Pujó**; y el director de Relaciones Institucionales del diario La Nación, **Norberto Frigerio**.

La coordinación de la mesa estuvo a cargo de **Jorge Rodríguez**, profesor de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo: “Hoy presentamos el libro del último Encuentro Latinoamericano de Diseño que testimonia la expresividad y riqueza de las imágenes latinoamericanas contemporáneas”.

Oscar Echevarría comentó acerca de la producción y origen del libro: “Somos 195 instituciones educativas de diseño de América y Europa que conformamos el Foro de Escuelas de Diseño, nos reunimos una vez al año y trabajamos en forma conjunta para mejorar y enriquecer la enseñanza

del diseño en nuestro continente, como condición de su mejoramiento profesional. Este segundo libro que editamos expresa la heterogeneidad y diversidad del diseño latinoamericano”. Y agregó: “Durante el cuarto Encuentro Latinoamericano de Diseño, que se llevará a cabo del 28 al 31 de julio, se realizará el Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza en Diseño”.

Luego, el Embajador de Uruguay, Francisco Carlos Bustillo Bonasso, dijo: “Quiero agradecer la distinción por compartir este espléndido libro que recoge las expresiones del diseño latinoamericano y darles la bienvenida a todos ustedes a la casa latinoamericana”.

A continuación, Marcelo Pujó, expresó: “El conocimiento de la cultura de un país determina buena parte de su imagen, genera diálogo, une y crea una corriente favorable en todos los ámbitos”. Y agregó: “El diseño representa una actividad de gran importancia, tanto por la creatividad como por el atractivo económico que encierra. Por todo esto, resulta evidente la importancia que tiene para las relaciones internacionales”.

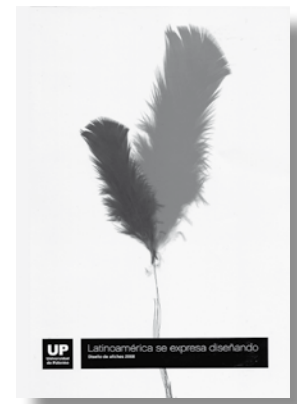
El siguiente expositor fue Enrique Avogadro: “Quiero felicitarlos por esta iniciativa que está

muy abierta al desarrollo de nuevas ideas y a la exploración. Me entusiasma la energía que están poniendo en esto. La Universidad de Palermo es un exponente claro de lo atractiva que es nuestra ciudad. Estamos felices de estar acompañándolos y lo celebramos. Si bien el resultado visual es espectacular, lo más relevante es lo que está detrás: todas estas casas de estudio de Latinoamérica especializadas en diseño, trabajando en conjunto. Eso es lo más importante”.

Por último, Norberto Frigerio, comentó: “No tengo dudas de que los nuevos filósofos de hoy son los diseñadores, se meten en lo más profundo de nuestra vida sin que nos demos cuenta y nos ayudan a mejorarla”.

La nueva publicación apunta a dar testimonio del momento creativo que vive el diseño latinoamericano. Encuadra, con su cuidadoso trabajo de edición, la multiplicidad de miradas y procedimientos estéticos y comunicacionales que conviven. La Facultad de Diseño y Comunicación impulsa con sus concursos, con su Encuentro anual y con sus publicaciones académicas la imprescindible vinculación entre creación y reflexión que caracteriza al momento actual del diseño latinoamericano.

Latinoamérica se expresa diseñando Diseño sin fronteras



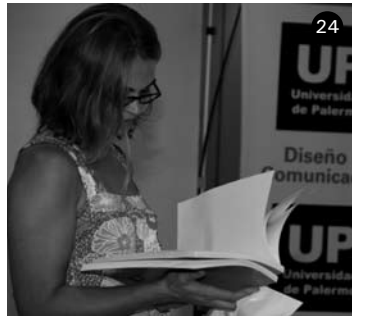
Este segundo libro de Diseño de Afiches de 200 páginas color, presenta los trabajos enviados al concurso “*Latinoamérica se expresa diseñando*” organizado por el Foro de Escuelas de Diseño integrado por 165 instituciones educativas.

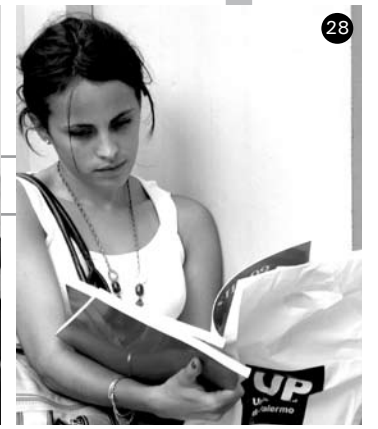
El concurso recibió 1.807 afiches, en la publicación se reproducen 540 trabajos ganadores, seleccionados y expuestos, y participantes seleccionados para el libro. En la III Edición de Diseño en Palermo, Encuentro Latinoamericano de Diseño” que se realizó del 28 de julio al 1 de agosto 2008 se expusieron los trabajos seleccionados y se eligieron los ganadores.

La presente publicación es un testimonio más del momento creativo que vive nuestro diseño. Encuadra, con su cuidadoso trabajo de edición, la multiplicidad de miradas y procedimientos estéticos y comunicacionales que conviven.

Diseño en Palermo impulsa con sus concursos, con su encuentro anual, con sus publicaciones académicas la imprescindible vinculación entre creación y reflexión que caracteriza al momento actual del diseño latinoamericano.







Jornadas de Reflexión Académica. Febrero 2009
Profesores de la Facultad de Diseño y Comunicación en la presentación de los números XI y XII de Reflexión Académica en Diseño y Comunicación (ISSN 1668-1673)

Índice de imágenes: 01: Valeria Baudot y Valeria Scalise 02: Sandra Cabrera, Virginia Fernández Caetano y Elisabet Taddei 03: Patricia Charo, Carlos Enciso y Tamara Royán 04: Vanesa Hojenberg, Fabiola Knop y Daniela Di Bella 05: Verónica Sordelli 06: Jorge Imhof 07: Ana Laura Calciano, Pablo Sletatt Cohen y Carlos Morán 08: Patricio Cavalli 09: Ernesto López 10: Ariel Khalil, Héctor Glos, Rony Keselman y Lorena Macchiavelli 11: Patricia Iurcovich, Gabriel Rabinovich y Mónica Coria 12: Virginia Fernández Caetano, Sandra Cabrera, Pedro Gottifredi e Inés Pérez 13: Mónica Toyos, Mónica Incorvaia y Mercedes Massafra 14: Marcela Jacobo y Natalia Miglino 15: Karina Agadia 16: Alejandro Fernández, Roberto Rodríguez y Carlos del Río 17: Flavio Porini, Fernando Rolando y Gabriel Miglino 18: Andrea Estévez 19: Pedro Gottifredi, Patricia Charo y Sandra Katz 20: Carla Argañaraz, Constanza Martínez, Marcela Sinisgalli, Marcelo Ghio y Juan Carlos López Chenevet 21: Alejandro Casavalle 22: María Varrenti 23: Tomás Stiegwardt y Laura Ferrari 24: Verónica Kepa 25: José Luis Pérez Larrea, Claudio Cinosi, María Varrenti, Antonio Sensini, Gabriel Curi y Juliana Cavalieri 26: Federico Lendoiro, Martín Campos, Carlos Fernández, Antonio Tecchia, Néstor Borroni y Gabriel Los Santos 27: Liliana Telma, Omar Tiraboschi, Julia Cabral y Carlos Andreatta 28: Belén Berardi 29: Jorge Tovorovsky, Hernán Stehle, Tomás Stiegwardt, Alfred Fellingner, Hernán Opitz y Diego Bernardi 30: Mariano Ingerto, Hernán Lertora, Vanina D'Antoni, Sergio Guidalevich y Verónica Folgar 31: María Lagna Fietta y Marina Del Rivero 32: Silvana Thernes, Eleonora Vallaza y Juan Pablo Lattanzi 33: Gabriela Gómez Del Río, Andrea Mardikian y Mercedes Pombo 34: Marisabel Savazzini, Alicia Laszlo y Cecilia Kiektik 35: Teresita Bonafina 36: Eduardo Mangialardi, Alfio Maccari, Marcos Zangrandi, Victoria Bartolomei, Jimena Toledo y Jorge Montans Mastakas 37: Mónica Antúnez, Alicia Torres Báez, Luisa O'Farrell y Silvia Berkoff 38: Marcelo Tarsitano y Eugenia Tombacco 39: Rosa González 40: María Calegari, Dan Colter, Damián González Flores y Mariana Mallo 41: Valeria Stefanini y Mariela Salgado 42: Liliana Bettar 43: Gloria Schilman 44: Héctor Calmet 45: Cristina López, Martín Fridman, Matías Panaccio, Guillermo Mischkinis y Estela Reca 46: Ximena González Eliçabe y Wenceslao Zavala.

(Ver "El orgullo de cumplir 10 años" en página 2 de esta edición)



“El punto de venta es el medio donde se concreta la compra”

Expresó en la Facultad Martín Muchnik, Director de Muchnik Design

Una vez al año la Facultad de Diseño y Comunicación organiza las Jornadas de Publicidad con el fin de actualizar profesionalmente dentro de la disciplina. El 21 de abril se realizaron las 12^º Jornadas de Publicidad, organizadas junto a POPAI Argentina. La temática fue el punto de venta como medio de comunicación. El verdadero encuentro entre el consumidor y la marca. Estuvieron presente directores y profesionales de empresas de publicidad.



La apertura estuvo a cargo de **Federico Smith**, Presidente de POPAI Argentina: “Hoy en día el punto de venta es un medio de comunicación. Las empresas han aprendido a trabajar con esta herramienta, la cual le permite a los compradores permanecer más tiempo frente a la góndola”. Sobre la importancia de la jornada expresó: “Hoy estamos cumpliendo un objetivo muy importante que es promocionar el Punto de Venta. Espero que esta jornada les sirva para cambiar la visión acerca de este medio que permite estar cara a cara con el consumidor”.

A continuación, **Martín Muchnik**, Director de Muchnik Design, habló acerca de los beneficios del punto de venta y del brief en publicidad: “Cuando no había radio, televisión, ni internet, el punto de venta era un medio de comunicación por excelencia. Hoy más que nunca es uno de los medios más efectivos porque logra un vínculo directo con el consumidor. Es el medio donde se concreta la compra, es el último momento que tiene la marca de persuadir a los consumidores, ahí es donde se define. El 75 por ciento de las decisiones de compra se realiza en el punto de venta. El consumidor elige al producto cuando lo ve”.

Con respecto al armado del brief comentó: “Existen los brief suicidas, que es cuando el cliente quiere algo que esté listo en 10 días, a bajo costo e innovador. Se olvidan que todo eso necesita tiempo. Después están los brief soñadores, que es lo que a uno le gustaría tener pero no puede pagarlo. Y por último los mutantes, que son los que cambian cada día”. Y sobre este tema agregó: “El brief se termina de definir con una evaluación preliminar que contemple costos, tiempos y calidad”.

Luego, **Fernando Quintero**, Presidente de Astaroth, hizo referencia al mercado local y los tipos de compras: “La mujer disfruta más del espacio donde va a comprar, en cambio para el hombre es una misión más objetiva”. Y agregó: “Todo la comunicación anterior pierde importancia si no se implementa después, si el punto de venta no es bueno, no va a haber efectividad de compra”.

La siguiente conferencia estuvo a cargo de **Pancho Grinbank**, Director Comercial de Microenvases y Secretario de POPAI Argentina y Néstor Pierres, Responsable de Aseguramiento de Calidad de Microenvases. Su charla fue acerca

de los materiales y de la experiencia en el punto de venta: “La marca quiere ser elegida y el shopper tenido en cuenta, se busca un marketing emocional, un nuevo vínculo entre la marca y el comprador”, expresó Grinbank y agregó: “Muchas veces, las campañas que no toman en cuenta el punto de venta conducen al fracaso. Lo que no se ve, no se compra. Por eso hay que tener en cuenta los lugares convencionales y los no convencionales. El punto de venta es el lugar en el que en sólo ocho segundos se define la compra.”

Por su parte, **Néstor Pierres** dijo: “La tarea no es ver cosas que nadie ve, sino pensar las ya vistas de una manera novedosa”. A continuación, hizo una clasificación de los distintos tipos de materiales que se utilizan para montar stands en los puntos de venta: “Los diferentes materiales son muy importantes para lograr comunicar lo que uno quiere. No todas las tecnologías que parecen inalcanzables, lo son. Muchas veces un buen diseño y adecuación permiten hacer piezas diferenciales. Para cada problema hay una solución que puede ser sencilla si se busca bien”.

Norberto Anaut, Director de Team Q, focalizó su charla en el tema de la logística de comunicación: “El punto de venta es un medio que lo único que hace es implementar un mensaje y es la clave de todos los negocios. La logística es el esqueleto sobre el cual se estructura un sistema, cualquier sistema. El punto de venta necesita también una comunicación específica. Hay que maximizar el potencial, por lo que hay que conocer el medio que vamos a usar: el espacio, el contexto, la imagen interior, la evaluación de materiales y la señalética”.

Luego del break, el docente de la carrera de Publicidad de la Facultad de Diseño y Comunicación, **Omar Tiraboschi**, habló acerca de los beneficios del punto de venta y de la manera de enseñar: “Este medio es cotidiano, cercano y permite verificar en directo la reacción de la gente”. Sobre sus clases comentó: “El primer trabajo que hago con los estudiantes es una recorrida por la calle para poder definir los distintos puntos de ventas y tipificarlos. Es fundamental trabajar sobre puntos reales. También hacemos recorridos en supermercados para poder evaluar cuáles son los productos más identificables en las góndolas”. Por último, sobre la profesión

comentó: “Hay varios campos donde trabajar y un semillero interesante de gente que se está formando”.

Ignacio Rodríguez Sola, Socio de Brion Design e Ignacio Testa, Diseñador de la empresa, dieron una charla sobre la construcción de una marca: “Construir una marca implica armar una acción que la alimente. En el punto de venta se puede construir marca, al igual que se hace en otros medios de comunicación”, dijo Ignacio Rodríguez Sola. Luego, Ignacio Testa habló acerca del caso de la cerveza Imperial trabajado en la empresa: “Para estos proyectos se gestan plataformas conceptuales. El diseño estratégico es el eje del proyecto. Fue un relanzamiento integral de la marca”.

A continuación, **Susana Barros**, Directora de Cyon in-store Marketing y Eduardo Sebriano, Gerente General de Sensplus, hablaron acerca de lo multisensorial como estrategia de comunicación: “El desafío del punto de venta es generar relaciones y experiencias sensoriales con el consumidor, haciendo uso de los sentidos, de la imaginación y de la evocación sensorial. Es importante generar una relación emocional con el consumidor y el punto de venta tiene un lugar de privilegio en esta construcción”. Por su parte, **Eduardo Sebriano** expresó: “Lo que intentan las marcas es tener cada vez mayor presencia en cada uno de los sentidos. Al pensar en una marca hay que evaluar cómo sería si fuese un color, un sonido y una fragancia”.

La siguiente charla la dieron **Nicolás Fothy**, Director de A y N Focus Point y **Adolfo Arcagni**, Gerente de Diseño y Desarrollo de la empresa. Fothy comenzó diciendo “Muchas cadenas entendieron que el punto de venta es una forma de generar más consumo. El objetivo es estimular la compra optimizando el modelo de exhibición para que de mejores resultados. Con esta modalidad se trata de satisfacer al consumidor con un mensaje persuasivo pero no invasivo”. Luego, el Gerente de Diseño habló sobre el caso Kraft: “Llevamos a chicos a una fábrica de galletitas y les preguntamos qué veían, a partir de sus comentarios realizamos el punto de venta”. Con respecto al caso de Pepsi comentó: “Se creó el espacio de Pepsi en los supermercados simulando un estadio de música, con luces, pantallas y parlantes”.



Martín Muchnik [Muchnik Design]



Federico Smith [POPAI Argentina]



Nicolás Fothy [A y N Focus Point]



Adolfo Arcagni [A y N Focus Point]



Pancho Grinbank [Microenvases]



Carolina Lemos [Philips] y Ariel Fernández [Grupo Básicos]



Ignacio Testa (izq.) e Ignacio Rodríguez Sola [Brion Design]



Como cierre de la jornada, **Carolina Lemos**, Trade Marketing Manager de Philips y **Ariel Fernández**, Director Comercial de Grupo Básicos, hicieron referencia a los puntos de venta de la marca Philips. "Este es un momento único por la importancia que se le está dando al punto de venta", comenzó diciendo Ariel Fernández. La representante de la marca de tecnología agregó: "El punto de venta es la primera experiencia que el shopper tiene con el producto, todo puede ser degustado en ese momento".

Sobre la identidad de marca el Director Comercial de Grupo Básicos opinó: "Es fundamental crear y respetar un hilo conductor y una coherencia visual, hacer que todo funcione como un sistema". Por último, explicó cómo se implementa el punto de venta: "Lo primero es el diagnóstico y relevamiento, luego la realización del brief, el diseño y desarrollo, la implementación y por último el mantenimiento".



Norberto Anaut [Team Q]



Néstor Pierres [Microenvases]



Fernando Quintero [Astaroth]



Eduardo Sebrano [Sensplus] y Susana Barros [Cyon]



Omar Tiraboschi

“Estamos vivos, tenemos pasión, nos guía la ilusión y el buen esfuerzo”

Expresó Ana Torrejón en la presentación del libro “Moda en Palermo II Edición” que se presentó el 7 de abril en el Museo Metropolitano

A continuación, el texto completo de la presentación de **Ana Torrejón** quien compartió la mesa con los diseñadores **Vero Ivaldi** y **Marcelo Senra** (ver nota completa en página 5 periódico DC número 114 / Junio 2009)

“Autoridades, docentes, equipos de gestión, alumnos, invitados especiales, tengan ustedes muy buenas tardes y sean muy bienvenidos. Por segunda vez tengo el honor de ser convocada por la Facultad de Diseño y Comunicación para presentar el libro Moda en Palermo. Mi debut en éstas lides fue coincidente con mi ingreso en la tarea docente, aquí, en esta casa. Hoy puedo decir con orgullo que formo parte. Me siento involucrada en el día a día y he tenido a cargo buenos proyectos. Es por ello que resalto la libertad, el respeto y la consideración que hay para con los profesionales y para hacer un buen ejercicio académico.

Si hablamos de moda, entre otras tantísimas cosas diremos que es un gesto esencial y como tal,

visible a los ojos. Moda en Palermo 07 es un libro reseña en el que se pormenorizan los trabajos de los alumnos, requerimientos de las cátedras de la carrera de grado y que además de ser registrados han sido exhibidos durante la Semana de la Moda de Palermo. Una oportunidad excepcional en la que bajo diversos soportes que van desde la instalación a la performance sin dejar de lado la exposición y el desfile, la moda dice presente.

Son tiempos éstos de cambios y de mutaciones. Los sistemas socioeconómicos del mundo entero dan cuenta de la crisis, las estructuras se mueven en sus cimientos, las relaciones interpersonales inscriben nuevas fórmulas al son de una comunicación globalizada. Los creadores de indumentaria abordan la cuestión. Lo hacen a partir de sus recursos, sean éstos conceptuales, morfológicos, decorativos. Son sensibles a lo que se manifiesta en estratos profundos y que el indumento expresa.

Cuál es el presente y el futuro de nuestra piel



Verónica Ivaldi, Ana Torrejón y Marcelo Senra durante la presentación del libro Moda en Palermo II en el Museo Metropolitano el pasado 7 de abril



social... No basta con preguntarlo y con ensayar una respuesta, seguiremos trabajando sobre un cuestionamiento tan profundo.. hay tela para cortar... No hay evolución sin metodología, tradición, principios, compromiso. De eso y de algo más se trata el aprendizaje, tampoco hay creación sin audacia, riesgos, delicados bordes para atravesar. En esas perspectivas se instala el discurso académico y las expresiones y experimentos son los que están a la vista en los registros bajo la modalidad de un libro.

Podrán observar ustedes que cada cátedra tiene su propia impronta que la particulariza y distingue. A la matriz pedagógica común se le suma la licencia para investigar y la posibilidad de brindar peculiares matices al gesto creativo. Lo plural, Lo otro, es lo constitutivo de un discurso profundamente humano, socializable, transferible y multiforme. ¿Por qué?... porque así es el discurso indumentario.

La Facultad de Diseño y Comunicación al editar el libro convalida todas las acciones y todos los decires. Es un modo de construir perspectivas al futuro. De hacer con compromiso una historia.

A modo de despedida les voy a pedir dos cosas, la principal, un aplauso fuerte a los docentes, los alumnos, los equipos, la facultad, las familias que han apoyado, por el inspirador esfuerzo, por la creatividad; lo segundo, pero importante creo para todos los que compartimos esta noche; estamos vivos, tenemos pasión, nos guía la ilusión y el buen esfuerzo. Por eso y por algunos otros motivos más *larga vida a la moda*.

“Uchronia pretende generar un cambio en el pensamiento del mundo, un puente entre el materialismo y la espiritualidad”

Expresó el belga Jan Kriekels, filósofo, antropólogo y empresario creador de Uchronia en la Facultad

El 20 de mayo se presentó **Uchronia** en la Facultad de Diseño y Comunicación, una experiencia artística realizada en el Desierto de Nevada (EEUU)

Julio Torcello director del Grupo Torcello, inició la presentación del equipo y la exposición estuvo a cargo de **Jan Kriekels**. A continuación algunos de sus conceptos sobresalientes:

(...) "Sobre la planicie del desierto Black Rock en Nevada creamos e instalamos una gigantesca escultura de madera con el objetivo de llevar a cabo una gran experiencia creativa, con un mensaje para el futuro de la humanidad: ser un puente entre el hombre y la naturaleza, un refugio para los sentimientos y una razón para descubrir la esencia de la vida.

(...) Pensamos en Uchronia como una experiencia sin tiempo, que une el presente con el futuro, pensada quizás como la última oportunidad de motivar a una fuerte toma de conciencia acerca de los problemas que hoy enfrente el hombre, que se centran en cómo generar un balance sustentable entre los productos del consumo

creados para la propia satisfacción, frente a otros "nuevos" surgidos del diseño y la creatividad, que guarden equilibrio con el medioambiente, y que dejen atrás el viejo modelo basado únicamente en la supervivencia y bajas dosis de espiritualidad. (...) Esta mega instalación fue sufriendo transformaciones, que pasaron por diferentes etapas: una comunidad de personas reunidas como los hombres del mundo, involucradas en una misma idea de creación, de construcción, de vida juntos día y noche, unidos bajo su protección, danzando y recreándose como en los comienzos de la humanidad, para luego ser encendida en una ceremonia visual que no dejó huellas en el desierto, como alegoría de respeto y sintonía profunda con la naturaleza.

(...) El mensaje de Uchronia pretende proclamar un sueño acerca del futuro, la necesidad de reconsiderar el rol del diseñador y su actividad creadora de puentes, de respeto profundo y responsabilidad por la naturaleza, relacionada con las intenciones de arte y la generación de emociones."



www.uchronians.org

“En el origen del planeamiento de un evento siempre tiene que haber una gran idea”

Expresó Fernando Tambasco, Gerente de Running y de Comunicaciones Corporativas de Nike



El 7 de mayo la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo organizó junto a A.O.F.R.E.P las 8º Jornadas Universitarias de Organización de Eventos, este año el tema fue “Eventos deportivos: Producción, organización y negocio de los espectáculos deportivos”. Estuvieron presentes representantes de importantes empresas relacionadas al deporte y a la organización de eventos.



De izq. a der. Alejandro Ruiz [Global Fashion Group], Alexandra Bruné [Ladies Polo Association], Rodolfo Busque [Medellín Polo Club], Javier Serigos [revista Polo & Polistas] y Pastor Megide [Grupo Eñe] >

La apertura estuvo a cargo de **Marcelo Gordín**, Presidente de A.O.F.R.E.P: “Todos los años viene mucha gente a esta Jornada. Lo que tenemos que saber hacer es aprender a desaprender lo que no nos sirve y son los jóvenes los que tiene que entender ese cambio”.

Luego expusieron representantes de la marca deportiva Nike, **Felicitas Castrillón**, Gerente de Comunicaciones corporativas y **Fernando Tambasco**, Gerente de Running y de Comunicaciones Corporativas.

“Somos una compañía de deporte, esa es nuestra pasión, ahí es donde se nutre nuestra marca. En Nike tenemos tres pilares: innovar, inspirar y facilitar”, comenzó diciendo Felicitas Castrillón. Fernando Tambasco habló acerca de la carrera *Human Race*: “En el origen del planeamiento de un evento siempre tiene que haber una gran idea. El objetivo de la carrera fue crear una experiencia de marca a través de un evento global”. También explicó las categorías en las que se divide la planificación del evento: “La activación comprende el trazado del circuito, el tema del seguro, el presupuesto, los recursos, las alianzas y el sponsorship. Luego está la parte del reclutamiento que tiene que ver con la comunicación personalizada de la carrera, el registro de los participantes y el lanzamiento masivo de la campaña. Y por último el día de la carrera, con un gran despliegue organizativo dividido en distintas zonas: la de servicios, donde está por ejemplo el sector de informes y la zona deportiva, con el arco de largada y llegada, los sectores de hidratación, entrega de medallas, entre otros”. Finalizando, comentó acerca del día después: “Se hace una publicación *on line* y gráfica con la foto de todos los corredores para que puedan encontrarse entre la multitud”.

La siguiente conferencia estuvo a cargo de **Luis Durruty**, Socio Gerente de Celsux Sports &

Events, quien habló acerca de eventos deportivos empresariales: “En la empresa organizamos eventos para los empleados de las empresas ya que nos dimos cuenta que ellos necesitaban la misma atención que los directivos. Hacemos actividades en las empresas viendo qué deportes practican sus empleados. Lo que buscamos desarrollar es la relación de los empleados dentro de la empresa a través del deporte”, y con respecto a los costos dijo: “En una empresa lo primero que se recorta son los eventos, por eso tienen que ser de gran calidad y bajo costo”.

Durante la tarde, se realizó una mesa redonda que contó con la participación de **Rodolfo Busque**, fundador y director de Medellín Polo Club, Punta del Este, **Pastor Megide**, Director de la filial Argentina del grupo de comunicaciones internacional, Grupo Eñe, la Presidenta de la Ladies Polo Association y polista, **Alexandra Bruné**, **Alejandro Ruiz**, Director de Global Fashion Group, **Javier Serigos**, Director y co-fundador de la revista Polo & Polistas.

Alejandro Ruiz comenzó: “El polo está creciendo, así como el interés por todos los deportes, es un gran abrir puertas”.

Por su parte, Rodolfo Busque comentó: “Fuimos los pioneros, teníamos propiedades en Punta del Este y para generar un mayor valor inmobiliario comenzamos a hacer partidos, de esta manera jugábamos, nos divertíamos y generábamos negocios. Hoy en día es un punto más de atracción. Otras actividades que se realizan son las clases, con la venta de los caballos y sponsors”.

Luego, Javier Serigos dijo: “Durante el 2004 compramos un campo donde tenemos tres canchas de polo en el cual recibimos a personas del exterior que se instalan a jugar acá. Se generan clases y también venta de caballos”.

Pastor Megide expresó: “Tras una trayectoria en medios de comunicación y eventos comencé mi

relación con este deporte, desde el punto de vista comercial, para posicionar la marca en el nicho de mercados como es el polo, el golf y el tenis. Nos resultó muy interesante, por eso en la actualidad seguimos conectados con esto”.

Por último, Alexandra Bruné, opinó: “Me divierte jugar al polo pero no hay que olvidarse que también formamos una empresa, que es un negocio. Tanto acá como en el golf se realizan negocios importantes. La relación con la prensa es fundamental y hay mucho por hacer”.

La siguiente charla estuvo a cargo de **Pablo Orlando**, Director General de Good People y **Matías Cebrian**, Director de Productos de la empresa. Pablo Orlando comenzó: “Tratamos de transmitir la idea de vida sana y el contacto con el deporte. Good People es una empresa que se encuentra inmersa en una fuerte comunidad que se aferra a la cultura joven. Son muy pocas las empresas a las que les interesan los deportes extremos. En los eventos lo que hacemos es que todos los que están adentro participen, sacamos fotos tanto a los que trabajan como a los deportistas”.

Por su parte, Matías Cebrian habló sobre los comienzos de la empresa: “Empezamos haciendo eventos con un grupo de amigos y luego fuimos creciendo. En cada evento se fue sumando gente, algunos que participaban y otros que venían a mirar y terminaban integrándose a nuevos eventos”.

Luego, **Gustavo Melesi**, del área de Relaciones Institucionales del Club de Amigos habló acerca de las actividades que realizan: “El club de Amigos es una asociación sin fines de lucro que fue fundado por un grupo de personas que venían de dirigir otros clubes. El modelo se trae desde Europa y el fin es que se incorpore el deporte en la vida de la gente, que se disfrute. La estrategia

competitiva es la focalización y la diferenciación”. Sobre el Premio Nacional a la Calidad 2008, comentó: “Ganamos el premio donde se evaluaron los valores, la gestión de calidad, la administración de los procesos, la creatividad y la innovación. Para evaluar los procesos tuvimos tres días de visitas y entrevistas de los jueces. Ganamos por el planeamiento estratégico, por el proceso de captación, la gestión de las relaciones con los socios, el proceso pedagógico, el proceso de identificación de expectativas y la medición de satisfacción”.

La siguiente conferencia fue realizada por **Juan José Buscalia**, periodista de la cadena Fox Sports y por el presidente de Club Atlético Lanús, **Alejandro Marón**.

Juan José Buscalia comenzó hablando sobre la Copa Libertadores: “Se juega hace 50 años, al principio eran sólo 8 equipos, hoy son 40. La importancia y el interés del público va acompañando las distintas etapas. La televisión hace que sea masivo y que se convierta en un negocio. La publicidad es lo que lo sustenta, el banco Santander auspiciando la Copa pudo posicionarse de otra manera”. Luego habló sobre Lanús: “Es una institución modelo, por sus balances y su infraestructura logró convertirse en un club vendedor de jugadores, por eso es un ejemplo”.

Alejandro Marón comentó: “Lanús participa en la Copa Libertadores por segundo año consecutivo, es un torneo que logra una mayor valorización de los jugadores. La Copa tiene más prestigio cada año”.

El cierre de la jornada estuvo a cargo de **Mario Eidem**, de la empresa TMX Team, quien habló acerca de la organización de maratonas para empresas: “La gente que se prepara para correr en este tipo de evento es cada vez mayor, a la vez surgen nuevas empresas que se dedican a



Izq. Juan José Buscalia [Fox Sports] y Alejandro Marón [Club Atlético Lanús]



Gustavo Melesi [Club de Amigos]



Mario Eidem [TMX Team]



Luis Durruty [Celsux Sports & Events]





Fernando Tambasco [Nike]



Felicitas Castrillón [Nike]



Marcelo Gordín [A.O.F.R.E.P.]



Pablo Orlando [Good People]



Matías Cebrian [Good People]

esto. Desde el inicio de la planificación hasta el final estamos junto con los auspiciantes viendo aquellos lugares estratégicos donde debe aparecer la imagen de la empresa. Como punto de partida debemos conocer al sponsor y después crear el evento", comenzó diciendo. Y continuó: "Para generar diferenciación con otras empresas realizamos un análisis del evento anterior, evaluando las falencias y las conformidades. Tenemos una web donde el público asistente puede opinar del evento. Cada vez hay más gente corriendo, por eso cada vez se realizan más maratonés".

“Las ciudades sirven para que las personas construyan dentro de ellas sus proyectos de felicidad”

Expresó el arquitecto Martín Marcos

El 30 de abril se realizaron las 3º Jornadas de Paisajismo organizadas junto a la Red Argentina de Paisaje. El tema de este año fue “Ciudad en crisis”, donde profesionales del área hablaron sobre las acciones concretas que generan cambios cualitativamente sostenibles en el tiempo.



La apertura estuvo a cargo de **Maribel Pérez Molina**, técnica en jardinería: “Todos trabajamos en el paisaje de alguna manera. La idea de esta jornada es transmitir que desde el paisaje podemos fomentar cambios”.

Luego, el ingeniero agrónomo **Héctor Svartz** comenzó su charla hablando de la importante tarea de cuidar el suelo, sostén de toda vida sobre el planeta. Refiriéndose a su profesión y a la labor que lleva a cabo todos los días, dijo: “Me siento el dermatólogo del planeta”. Luego prosiguió con algunas consideraciones generales: “El suelo es fundamental para el funcionamiento de nuestro planeta, es un recurso vivo y dinámico pero no es renovable”. Y agregó: “En los espacios de contacto entre lo urbano y lo rural se arman nuevos ecosistemas. Los sueños están decapitados por necesidades antrópicas anteriores. Estas huellas paisajísticas son las que aparecen en esos espacios de contacto”.

María Eugenia Planes, licenciada en Diseño del Ambiente, centró su charla en un análisis exhaustivo sobre la ciudad de Rosario, refiriéndose a los inconvenientes en las calles, sobre todo después de las tormentas y las lluvias, enumeró algunas situaciones que perjudican la vegetación urbana: “El espacio aéreo se comparte con mucho cableado y grandes edificaciones. Eso hace peligrar el arbolado”, y agregó: “La poda de raíces pone en riesgo la estabilidad. Los árboles sufren mutilaciones constantemente, muchas veces a causa de los vecinos que intervienen por su cuenta el frente de sus casas”.

Habló luego de los criterios de diseño utilizados en un parque y los criterios de reposición: “En vez de preguntarnos qué especie queremos tener, tenemos que preguntarnos qué tipo de ciudad buscamos”, dijo y agregó: “La parte de urbanismo, paisaje, salud y tráfico vial debería trabajarse al mismo tiempo para que el resultado sea el mejor posible”.

A continuación, el arquitecto **Sebastián Miguel** habló acerca de proyectos sociales en áreas marginales: “En este tipo de áreas se buscó generar espacios públicos calificados. Hay una gran carencia de servicios e infraestructuras. Las áreas verdes potenciales también requieren de la conciencia y participación de la población para formar parte del proyecto y el cuidado del medio ambiente”.

Luego dio el ejemplo de las favelas: “Dado el clima, la gente vive mucho afuera, por eso buscamos propuestas para disfrutar los espacios, como canchas de fútbol y centros productivos. Necesidad de comunicar a los miembros de la comunidad de la población las bases del pro-

yecto, hablar el mismo idioma para que puedan entender”.

Y concluyó diciendo: “La palabra paisaje tiene tantos significados como la cantidad de personas presentes hoy acá. La evolución cultural no depende del intercambio genérico, sino del intercambio de ideas”.

Seguido a ello, **Marcela Díaz** y **María Cristina Fernández**, del Zoológico de Buenos Aires, presentaron el Segundo Encuentro Nacional Red Argentina del Paisaje-Mendoza. Y sobre el zoológico comentaron: “Es un monumento nacional y un patrimonio cultural. Dependiendo el animal, se le debe armar un lugar similar que se asemeje al hábitat de ese animal”.

Luego del break, **Rubén Oliva**, ingeniero agrónomo, habló acerca del manejo del agua en Mendoza, expresó: “El cambio climático esta acá y llegó para quedarse, los glaciares perdieron en 20 años, 20 centímetros”. Y agregó: “Todos los nodos en distintas partes del país, tendrían que tocar temas comunes entre ellos así cuando nos juntamos tenemos de donde sostenernos”.

A continuación, **Blanca Rotundo**, de Nodo Buenos Aires Red Argentina del Paisaje, dio una charla titulada El hombre como hacedor del paisaje y habló acerca de la forma de trabajo dentro del área: “Cuanta más especificidad tenemos más perdemos la mirada global de conjunto. Habría que reunir las distintas áreas y formar una nueva que podría llamarse ciencia del paisaje. El trabajo de cada uno es importante pero sería mucho más provechoso si se enriquece”. Y sobre el paisaje expresó: “El paisaje es algo que ya está dado, el tema es cómo podemos empezar a verlo desde otro lugar. Esto requiere un trabajo serio y responsable junto a políticas públicas”.

A continuación el arquitecto **Martín Marcos** habló acerca de la arquitectura y la ciudad: “Me interesa la ciudad como fenómeno urbano y social, como un espacio de representación social. Las ciudades sirven para que las personas construyan dentro de ellas sus proyectos de felicidad. Cuanto más densa es una ciudad, más cultura hay y más vale la pena vivir ahí. Buenos Aires es un espacio para ser reconocido”. Y concluyó: “Esta disciplina por primera vez combina ética y estética”.

La jornada concluyó con una mesa de debate donde participaron los expositores presentes en la Jornada. Fue moderada por el paisajista Roberto Mulleri y el arquitecto Horacio Pucheta Lascano.



Martín Marcos, arquitecto



Rubén Oliva, ingeniero agrónomo



Maribel Pérez Molina, técnica en jardinería



Blanca Rotundo, Nodo Buenos Aires Red Argentina del Paisaje



De izq. a der. Héctor Svartz, María Eugenia Planes y Sebastián Miguel



Marcela Díaz y María Cristina Fernández, Zoológico de Buenos Aires

Creaciones de estudiantes premiados

Concursos internos de la Facultad en el segundo cuatrimestre 2008



1



2



5



6



3



7



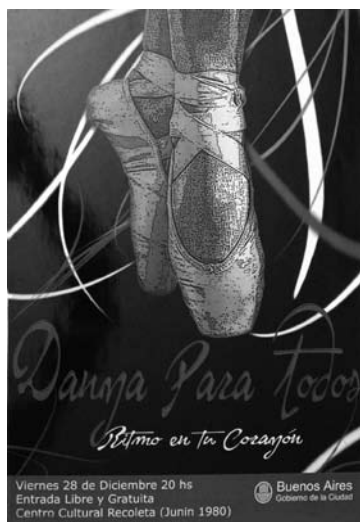
8



14



10



11



12



13



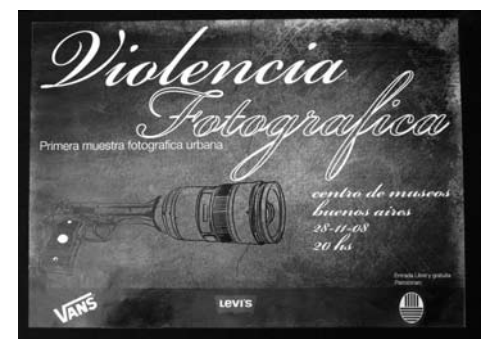
4



9



15



16

ENTREGA DE PREMIOS

Ensayos contemporáneos 2008/1
2 de julio, 18 hs.

Proyectos jóvenes 2008/2
15 de julio, 18 hs.

Nuevos profesionales 2008/2
22 de julio, 18 hs.

Mario Bravo 1050, 6° piso. Aula Magna
+ info: Natalia Gonzales (ngonza15@palermo.edu)

AFICHE CULTURAL. SISTEMA Y ARMONIA. Asignaturas Taller 1 e Introducción al Lenguaje Visual (Diseño Gráfico, Publicidad, Diseño de Interiores, Diseño Industrial y Fotografía).

Estudiantes premiados: 1° premio compartido: **Lucía Baltar** (1), **Alejandro Capelli** (2) (Prof. Victoria Bartolomei), **Gabriela Brozzoni** (3) (Prof. Antonio Sensini), **Francisco Treieiro** (4) (Prof. Manuela Verrier), **Christian Van De Rusten** (5) (Prof. María Katz) / 2° premio compartido: **Manuela De Las Casas** (6) **Talia Jasau** (7), **Natalia Rodríguez** (8), (Prof. Antonio Sensini), **Matías Millet** (9) (Prof. Manuela Verrier), **Brian Tavares** (10) (Prof. Mariano D'Angelo) / 3° premio compartido: **Natalia Brizuela** (11) (Prof. Victoria Bartolomei), **Alejandro Capelli** (12), **Alexia Uriarte** (13) (Prof. Eduardo Mangialardi), **María Eugenia Panei** (14) (Prof. Antonio Sensini) / Menciones: **Melisa Bermudez Murillo** (15) Prof. Adriana Martínez), **Andrés Mastai** (16) (Prof. Alejandro Abaca), **Marina Gonzalez**.

diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu)
Diseño: Constanza Togni
Fotografía: Centro de Producción DC-UP
Textos: Sol Echevarría - Valeria Limonoff
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050, 6° piso, 5199 4500
mtogni@palermo.edu
www.palermo.edu/dyc

