

<b>JORNADAS</b>
• Premios Eikon 2001 V Jornadas de Relaciones Públicas Página 2
• Producción Gráfica al servicio del diseño Jornada de Producción Gráfica Página 3
<b>Conferencias</b> Página 2
<b>SEMINARIO</b>
Fotografía y Arte Digital Organizado con SONY Página 3
<b>Ciclo de Talleres</b> Organizados con I.Sat Página 3
<b>JORNADAS</b>
• Diseño Italiano 2001 Jornadas con el Politecnico de Milano Página 4 y 5
• Jornadas de Planificación de Medios Página 7
<b>Computación Gráfica</b> Página 5
<b>Nuevos Profesionales</b> Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, Diseñadora Editorial Página 6
<b>Reseñas Bibliográficas</b> Página 8
<b>Premio Estímulo 2001</b> Página 9
<b>Concursos</b> Estudiantes de la Facultad premiados Página 9
<b>Estudiar, Crear y Trabajar</b> X Jornadas de Reflexión Académica 2002 Página 10
<b>Asistentes Académicos</b> Séptima promoción Página 11
<b>Web: Qué hay de nuevo en nuestro sitio?</b> Página 11
<b>Área de desarrollo e inserción laboral</b>
<b>Estudiantes y egresados que trabajan</b> Página 12

## Premios Eikon 2001

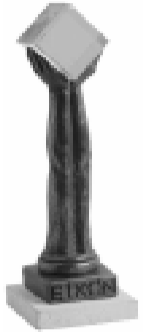
### V Jornadas de Relaciones Públicas

14 y 15 de noviembre de 2001

Premios EIKON 2000. Presentación de casos ganadores.

En esta oportunidad, gracias a un acuerdo con la Revista Imagen, se presentarán, por segundo año consecutivo en el marco de estas jornadas, los Premios EIKON 2001 a la excelencia en comunicación institucional.

(pág. 2)



## Concurso Cyberst@r

### Alumna de Diseño Textil y de Indumentaria

Carlota Ronchietto (foto), alumna de la Carrera de Diseño Textil y de Indumentaria de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, ganadora del concurso de diseño de indumentaria para promotoras de una nueva fragancia organizado entre Cyberst@r de Valeria Mazza Collection y nuestra Facultad.



## Producción Gráfica al servicio del diseño

### Jornada de Producción Gráfica

1º de noviembre de 2001

El crecimiento académico que implica la incorporación permanente de conocimientos actualizados, generó la necesidad de esta primera Jornada de Producción Gráfica que organiza la Facultad de Diseño y Comunicación. Esta jornada propone una contribución al

conocimiento y comprensión de las tecnologías de producción gráfica que operan en el mercado local, buscando un mayor acercamiento entre la concepción del proyecto gráfico, las técnicas de impresión y las empresas del sector.

(Pág. 3)

## Vía Pública

### Jornadas de Planificación Estratégica de Medios

El 9, 10 y 11 de octubre se llevaron a cabo las primeras Jornadas de Medios auspiciadas por Meca con una extensa cobertura en vía pública

(Pág. 7)



## Premio Estímulo 2001

Desde 1992 se entregan los Premios Estímulo a los estudiantes con mejor desempeño académico que ingresaron a primer año en marzo 2001 y cuenta con el auspicio de la empresa Pizzini.



Este desempeño se toma en base a los exámenes finales rendidos por cada alumno en los llamados de julio y setiembre del mismo año. Se consideran a los estudiantes que aprobaron en estos períodos, tres o más exámenes finales.

Se entrega un diploma al mejor promedio de cada comisión y al mejor promedio de cada carrera. Entrega de premios: **17 de noviembre, 19 hs.**

(Ver estudiantes premiados en la pág. 9)

## Diseño Italiano 2001

### Exhibición, iluminación y materiales innovativos

El 9, 10 y 11 de octubre de 2001 se realizaron las I Jornadas de Diseño entre el Politecnico di Milano y la Universidad de Palermo.

En cada uno de los tres encuentros se dieron cita más de 200 personas, con el objetivo de actualizarse y capacitarse en el tema de los materiales innovativos aplicados al Diseño de Interiores y al Diseño Industrial en la Feria Internacional de Milán.



(Págs. 4 y 5)

## Concurso Cortos + Cortos

Fecha de cierre de I Concurso Cortos + Cortos: **15 de noviembre de 2001.**

(Pág. 3)



## Talleres con I.Sat Concurso Cortos + Cortos

Se están realizando con éxito los talleres introductorios para futuros realizadores dirigidos a todos los interesados en participar en el Concurso Cortos + Cortos que promueve I.Sat con la Universidad de Palermo.



(Pág. 3)

JORNADAS

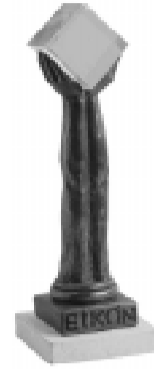
CONFERENCIAS

# Premios Eikon 2001

## V Jornadas de Relaciones Públicas

14 y 15 de noviembre de 2001

Premios EIKON 2000.  
Presentación de casos ganadores.



Esta quinta edición de las Jornadas de Relaciones Públicas, el 13 y 14 de noviembre y continuando el acuerdo con la Revista Imagen, se presentarán los Premios EIKON 2001 a la excelencia en comunicación institucional. Esta exposición de los casos ganadores se realizará a pocos días de la entrega de premios y estará especialmente dirigida a profesionales de la comunicación.

El Premio EIKON es el primer premio argentino al trabajo que hacen comunicadores y comunicólogos, relacionistas públicos, periodistas corporativos, expertos en marketing social y comunicación política, diseñadores, publicitarios, lobbyistas y organizadores de eventos.

Este premio es administrado y otorgado por la revista IMAGEN, quien no participa en el jurado sino que designa cada año

eligiendo un grupo de los profesionales más destacados y respetados por sus pares.

Los premios contribuyen a:

- Transparentar el trabajo de los asesores y ejecutivos de comunicación, muchas veces criticado por oscuro y manipulador.
- Generar una base de casuística que sirve para difundir el conocimiento de los profesionales y como elemento de benchmarking (aprender cómo lo hicieron los que lo hicieron bien).
- Destacar la labor de los mejores profesionales entre las empresas y organizaciones, de manera de contribuir a depurar el mercado.
- Difundir la labor de los profesionales fuera del propio ámbito, de manera de ser mejor percibidos en las organizaciones en las que trabajan y por la sociedad.

Categorías

● CAMPAÑA GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

**Unilever Argentina**

Responsable: Gerencia de Relaciones Institucionales y Dirección de Marketing de Unilever Argentina y Nueva Comunicación.  
Denominación del plan: "Alta en el Cielo"



● RELACIONES CON LA COMUNIDAD

**Total Austral**

Responsable: Total Austral.  
Denominación del plan: Libro "Tierra del Fuego, una Biografía del Fin del Mundo"



● RELACIONES CON LA PRENSA

**Edesur**

Responsable: Gerencia de Comunicación de Edesur y la consultora Nueva Comunicación.  
Denominación del plan: Recuperación de la imagen



**Fundación Banco de la Provincia de Buenos Aires**

Responsable: Fundación Banco de la Provincia de Buenos Aires y Dell' Oro Trigo.  
Denominación del plan: "Picasso para todos"



**Trenes de Buenos Aires - TBA**

Responsable: Departamento de Relaciones Institucionales y Comunicaciones de TBA.  
Denominación del plan: Modernización y puesta en valor de Retiro



Aguas Argentinas

● COMUNICACIÓN EN SITUACIÓN DE CRISIS

**Edesur**

Responsable: Gerencia de Comunicación de Edesur y Comunicaciones Integradas.  
Denominación del plan: Plan de Contingencias

● COMUNICACIÓN INTERNA

**Grupo Young & Rubicam**

Responsable: Grupo Young & Rubicam.  
Denominación del plan: Intranet



**Telefónica de Argentina**

Responsable: Telefónica de Argentina.  
Denominación del plan: Plan de comunicación interna del Programa TIES (Plan Global de Opciones sobre Acciones de Telefónica)



● PATROCINIO O SPONSORING CULTURAL

**Universidad Empresarial Siglo 21**

Responsable: Secretaría de Relaciones Institucionales de la Universidad Empresarial Siglo 21.  
Denominación del plan: "Cultura Siglo 21"

● COMUNICACIÓN FINANCIERA O CON LOS INVERSORES

**Aguas Argentinas**

Responsable: Dirección de Comunicación Externa y Marketing de Aguas Argentinas.  
Denominación del plan: Memoria y Balance 2000 de Aguas Argentinas

● COMUNICACION DE EVENTOS Y LANZAMIENTO DE PRODUCTOS

**Grupo Arcor**

Responsable: Direct Marketing Group (Córdoba).  
Denominación del plan: "Arcor, la fiesta del cincuentenario".

● INTERNET

**General Motors de Argentina**

Responsable: General Motors de Argentina.  
Denominación del plan: Presentación de "e-Prensa Argentina".

● PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

**HSBC Group**

Responsable: Group Marketing de HSBC Group.  
Denominación del plan: Campaña de Posicionamiento.

● PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

**Grupo Arcor**

Responsable: Grupo Arcor / Cicmas Strategic Consulting Group y BoozAllen & Hamilton.  
Denominación del plan: "Arcor, primer paradigma de negocios argentino a nivel internacional".

INFORMES E INSCRIPCIÓN:  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Teléfonos: 4964 4500 ints.1502, 1513, 1530  
e-mail: consultasdc@palermo.edu.ar

► El mercado del catering

Expone:

**Juan José del Campo**, Jefe de Capacitación de Gate Gourmet Argentina

**Jueves 8 de noviembre, 10 hs.**

► Catering

Salones y catering: qué cosas se deben tener presente para tener éxito en un evento o fiesta social

Expone:

**Sandra Ojeda Díaz**, socia gerente de Victoria Palace (Salones de estilo)

**Lic. Claudio Romanelli**

**Lunes 12 de noviembre, 10 hs.**



VICTORIA PALACE  
SALONES DE ESTILO

► Alfombras orientales

Los orígenes de las alfombras. Los diferentes grupos de alfombras. Especificaciones técnicas de las alfombras y sus diseños. El cuidado de las alfombras.

Expone:

**Nicolás Boero**,

Bazhars alfombras orientales

**Miércoles 7 de noviembre, 10 hs.**



Alfombras Orientales

Seminario de Fotografía Profesional a cargo de **Andy Cherniavsky**

En el marco del 65° aniversario del Foto Club Argentino, el viernes 26 de octubre se llevó a cabo en nuestro Salón de Usos Múltiples el seminario de fotografía profesional a cargo de Andy Cherniavsky, del estudio Rocca / Cherniavsky organizado entre el Foto Club Argentino y la Facultad de Diseño y Comunicación. La temática desarrollada se basó en el concepto de campaña, presupuesto y técnicas fotográficas.



FOTO CLUB ARGENTINO

Estudio  
ROCCA/CHERNIAVSKY

# Producción Gráfica al servicio del diseño

## Jornada de Producción Gráfica

Jueves 1º de noviembre de 2001

El crecimiento académico que implica la incorporación permanente de conocimientos actualizados, generó la necesidad de esta primera Jornada de Producción Gráfica que organiza la Facultad de Diseño y Comunicación. Esta jornada propone una contribución al

conocimiento y comprensión de las tecnologías de producción gráfica que operan en el mercado local, buscando un mayor acercamiento entre la concepción del proyecto gráfico, las técnicas de impresión y las empresas del sector.

### 10.30 Publicidad Sarmiento S. A. "DISEÑO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA PARA VIA PÚBLICA"

Expositor:  
Coco Colodro, jefe de planta



### 11.30 Saveas... S.R.L. "EL DISEÑO ASOCIADO AL COSTO DE PRODUCCIÓN"

Expositor:  
Alberto Moyano, director



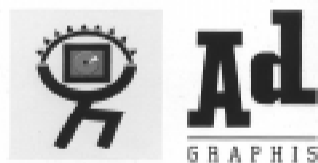
### 19.00 Canson (Papeteries Canson & Montgolfier) "PAPELES ESPECIALES PARA CHORRO DE TINTA Y ARTE DIGITAL"

Expositor:  
Alejandro Braz, jefe de producto



### 20.00 Ad graphis "EL PRESENTE ES DIGITAL"

Expositores:  
Leonardo Torres, gerente Ad graphis Bureau Creativo – Taller Gráfico Integral.  
Nicolás Sande, Cava & Sande – importador de maquinaria para la industria gráfica.  
Mercedes Corbalan, Cava & Sande - responsable técnico



Las Jornadas se llevarán a cabo en el Auditorio de la UP, Mario Bravo 1050, 6º piso. Requieren inscripción previa. Cupos limitados. Se entregará certificado a los asistentes. Comunicarse al teléfono 4964 4500 int.1502, 1513, 1530 e-mail: consultasdc@palermo.edu.ar

## Concurso de bien público

Diseño de Imagen Corporativa para una Institución de Bien Público.

La institución La Usina Asociación civil que se propone transformar la calidad de vida de los ciudadanos con discapacidad de nuestro país, se acerca a la Facultad para organizar un concurso de diseño de identidad visual de dicha asociación. Este concurso tiene el respaldo de Ashoka, Emprendedores Sociales.

Beatriz Pellizzari presentará a los estudiantes el caso (miércoles 7 de noviembre a las 10 hs. para el turno mañana y a las 20 hs. para el turno noche), coordina profesor Adrián Candelmi.

El concurso que entrega premio, está dirigido a los estudiantes de 3 y 4 año de las carreras de Diseño y Publicidad.



# SONY

## Fotografía y Arte Digital

Seminario y concurso organizado con Sony Argentina el 5, 7 y 8 de noviembre

### Seminario

- **Lunes 5 de noviembre, de 12 a 15**  
Conceptos básicos de fotografía digital.
- **Miércoles 7 de noviembre, de 12 a 15**  
Fotografía Digital. Usos. Características de productos. Medios de almacenamiento. Impresión. Periféricos.
- **Jueves 8 de noviembre, de 12 a 15**  
Práctica con producto. Conectividad con PC. Características generales del concurso.

Todos los asistentes al Seminario, participan del concurso.

### Concurso Fotografía y Arte Digital

- **Tema**  
"Detalles y Texturas Urbanas". Organizado entre Sony Argentina y la Facultad de Diseño y Comunicación de Universidad de Palermo para estimular la creatividad en el campo del arte y fotografía digital.
- **Premio**  
Una cámara digital Cybershot y una pasantía rentada de un mes en el departamento de Comunicación de Sony Argentina S.A.
- **Consulta**  
Espacio de consulta técnica para los participantes, en el proceso de producción del trabajo para el concurso.
- **Entrega**  
Los trabajos podrán entregarse hasta el lunes 10 de diciembre a las 20 horas en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Retirar las bases del concurso en la Coordinación de la Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso. (9 a 21)

**INSCRIPCIÓN e INFORMES:**  
Actividad libre y gratuita exclusivamente para estudiantes y egresados de la Universidad de Palermo. Requiere inscripción previa. **El Seminario tiene cupo limitado.**  
Comunicarse al 4964-4500 Int. 1502/1513/1530 / 4964-4646  
E-mail: consultasdc@palermo.edu.ar

## Quiero hacer cine y no sé cómo Ciclo de Introducción a la Realización Audiovisual

El ciclo consta de 4 talleres introductorios para futuros realizadores, están dirigidos a todos los interesados en participar en el Concurso Cortos + Cortos que promueve I.Sat con la Universidad de Palermo y necesitan capacitación en algún momento del proceso de realización del mismo.

Son libres y gratuitos y los interesados pueden realizar el ciclo completo o solamente el o los talleres de su interés.

Los participantes pueden elegir entre cuatro talleres. Los interesados pueden asistir directamente al primer encuentro de orientación: **Martes 6 de noviembre, 14 hs.** en Mario Bravo 1050.



### GRUPO A

- **Taller de Edición**  
Martes 6, miércoles 7 y jueves 8 de noviembre, 15 hs. (Palermo TV)  
Profesor: Alejandro Fernández

### GRUPO B

- **Taller de Cámara e Iluminación**  
Martes 6, miércoles 7 y jueves 8 de noviembre, 15 hs. (Palermo TV)  
Profesor: Otmar Puchetta

### GRUPO C

- **Taller de Guión**  
Martes 6, miércoles 7 y jueves 8 de noviembre, 15 hs. (Palermo IV)  
Profesora: Laura Ferrari

### GRUPO D

- **Taller de Producción**  
Martes 6, miércoles 7 y jueves 8 de noviembre, 15 hs. (Palermo IV)  
Profesora: Carla Argañaraz

## Concurso: Cortos + Cortos

El Concurso Cortos + Cortos, cuya fecha de cierre es el **15 de noviembre de 2001**, está abierto a todos los jóvenes de 15 a 30 años, amantes de este género. Los interesados deberán presentar un cortometraje en el formato de su preferencia, ya sea fílmico o electrónico, de tema y género libres, blanco y negro o color, cuya duración no exceda los 5 (cinco) minutos.

Para cualquier consulta, mail a: [cortosmascortos@palermo.edu.ar](mailto:cortosmascortos@palermo.edu.ar)  
Las bases para este concurso pueden retirarse en la Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 1º piso, o ser consultadas en [www.i.sat](http://www.i.sat) o en [www.palermo.edu.ar/dyc](http://www.palermo.edu.ar/dyc).





# Diseño Italiano 2001

## Exhibición, iluminación y materiales innovativos



El 9, 10 y 11 de octubre de 2001 se realizaron las I Jornadas de Diseño entre el Politecnico di Milano y la Universidad de Palermo. En cada uno de los tres encuentros previstos, se dieron cita más de 200 personas, con el objetivo de actualizarse y capacitarse en el tema de los materiales innovativos aplicados al Diseño de Interiores y al Diseño Industrial en la Feria Internacional de Milán.



Arturo Dell'Acqua Bellavitis durante una de las conferencias

Las I<sup>o</sup> Jornadas de Diseño Italiano 2001, destinadas fundamentalmente a diseñadores interioristas e industriales, se organizaron en el marco del "Convenio de asistencia, colaboración e intercambio" firmado por ambas universidades, convocando en esta oportunidad a dos profesores del Instituto Politecnico di Milano: Arturo Dell'Acqua Bellavitis y Viviana Haddad.

Además de docentes, Dell'Acqua Bellavitis y Haddad son diseñadores interioristas e industriales con un fuerte reconocimiento profesional en la ciudad de Milán y en toda la zona Lombarda y con una amplia obra realizada. Además, Arturo Dell'Acqua Bellavitis es miembro italiano en el área del Diseño ante la Comunidad Económica Europea. Se presenta a continuación un abstract de los seis módulos y las temáticas abordadas:

### 1. Diseño de espacios de exhibición

Cómo se proyecta un negocio en Italia y quién es el proyectista, son dos temas que están cambiando mucho hoy en día. En la actualidad priman las materias efímeras: la luz, el sonido, los textiles. El diseñador es un "director de arte", que busca asimilarse a la publicidad, al punto de venta, al packaging de la empresa, y buscar esa coherencia de comunicación visual. Cada vez el negocio es menos un negocio de venta, transformándose en un lugar de encuentro. En Italia se está muy atento a la manera de presentar un negocio. Los diseñadores no presentan un producto, sino que presentan un sueño. Como ser Prada, Versace, Armani, Ferre, Valentino, no son solo vendedores de ropa, sino que venden un sueño: vacaciones, viajes especiales, joyas, vajilla, etc.. Venden un verdadero "estilo de vida".

Rosenthal es una marca de porcelana alemana que era sinónimo de pureza de líneas, de síntesis, de sobriedad, pero en los últimos tiempos vendía muy poco. En asociación con Versace, y con productos decorativos y solo ornamentales, han hecho un suceso económico. La idea de que la forma sigue a la función, hoy está superada y olvidada. Hoy día, la forma es comunicación, es divertimento, es maravillar, impresionar, deslumbrar.

Pensemos por ejemplo, en el exprimidor de Philip Stark, que no sirve para sus fines específicos, pero es una bella escultura, y toda

la gente se desespera por tenerlo. Hoy el proyectista debe dar una estrategia de venta, proponer un modo de vincularse con el público, ya que el mercado italiano está saturado y requiere situaciones alternativas y novedosas. Otro ejemplo, el mercado de los celulares está saturado, entonces el cliente quiere ser "mimado" por la empresa, requiere mucho más que antes. El concepto es negocio suave, imagen líquida. Se propone un bar, una



Arturo Dell'Acqua Bellavitis e intérprete



Viviana Haddad

cafetería, que es a la vez un espacio de encuentro, de alquiler para diversas presentaciones, una oficina de tecnología que se alquila por horas. También presta otros servicios: reservación de vacaciones, confirmación de vuelos, etc.. Se le pide al diseñador que el negocio proyectado sea una ventana al mundo.

El proyectista debe entrar al marketing, a la comercialización, conocer las costumbres del consumidor y jugar con los mensajes en todas sus variantes, fundamentalmente en las de

diseño. También debe pensar y proponer cómo motivar al personal que atiende el negocio. Que los empleados estén contentos es fundamental para el éxito del proyecto.

Es importantísimo para el proyectista saber cómo vive la gente, qué piensa y qué necesita. Una manera de saber cómo siente la gente, es el cine, porque el cine se mete en la interioridad, en los deseos más ocultos, y anticipa las tendencias. Aconsejamos a los alumnos ir a la Bienal de Venecia y ver mucho cine. Además del cine, ver todo, observar todo, desde la gente más elegante de Milán, hasta los guetos de africanos o albaneses.

El Politecnico di Milano se ocupa cada dos años de estudiar las tendencias sociales, y de estos estudios emergen los "Cuadernos de tendencias", que en materia de diseño, definen los caminos estéticos del sector del interiorismo hacia el futuro.

### 2. Milán 2001, últimas tendencias en exhibición

La tendencia fundamental de este año es la atención por el material. Hay nuevas relaciones con materiales que tradicionalmente pertenece a otros sectores y su posible aplicación al interiorismo. Este es un punto de partida para muchos proyectistas, el material incide en nuestra actividad de proyecto. Y aquí se enumeran algunas situaciones novedosas.

- Las texturas de los nuevos materiales en el equipamiento. Se vieron redes y mallas metálicas impregnadas de resinas, que se usan en la arquitectura e industria naval, son superficies resistentes pero muy livianas que ahora son tomadas por interioristas.

- Transparencias que dan idea de alta tecnológica de los materiales, mezclas de materiales plásticos, vidrios opacados por el mismo usuario. Fue muy curioso el divisorio de los baños de damas y caballeros semitransparente.

Llamó mucho la atención los cristales a los que se puede manejar la visión, hacerlos más transparentes o solamente traslúcidos. Para acusar el carácter de divertimento, estos cristales fueron usados en la muestra en los probadores de ropa.

- Aparece el concepto de tecnología pero con eco compatibilidad, productos ligeros a nivel de producción utilizando menos materia y gran flexibilidad en el transporte y el embalaje. Es una manera de ahorrar en los desechos. También se propone el armado por el usuario, para permitirle entrar inclusive en el diseño del producto y en el material.

- El horno sobre ruedas para llevarlo al jardín, o a la playa.

- Las alacenas de cocinas y placards sin puertas, con todo lo acopiado a la vista. El estibaje y sus colores y formas son la base fundamental de la decoración de esos ambientes.

- La morbidez de los objetos, un sofá que cuando uno se sienta se mueve, un piso que cuando se camina hace ruido, un revoque que deja ver el paso del fratacho y otros detalles de realización donde se ve la impronta del realizador.

- La personalización de los revestimientos, se pide a fábrica la realización de cerámicas con un motivo particular, o un color especial, que es solo para uno. Un producto industrial, pero solo para uno, totalmente personalizado.

- Paralelamente a la "Gran Feria del Mueble" hay dos espacios alternativos dignos de destacar. Uno es la "Feria de Objetos" que se realiza cada dos años, con innovaciones verdaderamente importantes. La otra es el "Salón Satélite" que es un espacio de interiorismo anexo a la Feria de Milán pero destinado exclusivamente a los diseñadores jóvenes y a los estudiantes de diseño. Es un espacio de diseño experimental, de vanguardia, de innovación.

### 3. Diseño de luz y sonido

El concepto de iluminación debe recomponer la idea rectora original de los edificios históricos, sobre todo en los cascos urbanos antiguos. Proyectar la luz para "comunicar", la luz como elemento simbólico de estos edificios. La luz como expresión significativa. Veamos otra forma de manejar la luz natural, los pisos de vidrio que iluminan los subsuelos. También los sistemas de espejos tipo caleidoscopios, que toman la luz exterior y la



## Diseño Italiano 2001

### Exhibición, iluminación y materiales innovativos

reflejan en el interior. Aquí se observa y verifica que en todas las horas del día la iluminación es diversa. Se busca así reencontrar la luz natural, y permiten a los trabajadores un constante "raport" con los elementos naturales.

La luz artificial es un símbolo del poder económico, de opulencia. Aquí encontramos dos escuelas. Una escuela "efectista" que es la norteamericana, y la otra es "filológica" que es la europea, con el uso de la luz para una lectura de la obra construida, acusando las partes significativas del discurso constructivo. La iluminación es la lectura del edificio, una lectura interpretativa, el diseñador es un "regista" de la luz. Aparte de la luz general, propone la luz para remarcar los objetos. El proyecto de luz debe definir qué va a remarcar, y esto es muy importante en un negocio alojado en un edificio histórico.

Otra propuesta interesante es el constante cambio en el proyecto de la luz de una obra. Por ejemplo, cada 45 minutos el negocio cambia su esquema lumínico y parece diverso. El espacio es un objeto sorpresa, casi una escenografía y se liga al carácter eventual y efímero del local.

También se considera el concepto de que la luz puede ser acompañada por lo "sonoro": producir o negar el sonido.

#### 4. Rol del diseño en el sistema italiano

La industria italiana es muy particular. En general son muy pequeñas industrias de tipo familiar, que involucran en el emprendimiento a toda la familia. Uno se pregunta, cómo un diseñador puede integrarse a este tipo de empresas, porque estas pequeñas fábricas no tienen incorporada la figura del diseñador.

Se propuso un vínculo entre empresas, que se ayuden entre sí. Porque ante la competencia mundial, los italianos comprendieron que pueden competir a nivel global, solo si tienen un producto con valores agregados: el diseño y la alta calidad.

Para este fin, la Universidad ayuda a las pequeñas empresas en las innovaciones, tarea que asumen los diseñadores, y no solo en un determinado producto, sino en la comunicación general de la empresa: el logotipo, el packaging, nuevos productos de esa fábrica, etc..

Hoy día hay una gran sensibilidad al reciclaje, y este aspecto debe tenerse en cuenta. El rol del diseñador es entender las tendencias del público, por ejemplo en este caso, la ecología. El cometido del diseñador es hacer dialogar al gran público con la industria que produce los insumos.

Valga como ejemplo la industria de la madera, donde se generaron dos vertientes: una es la producción eco compatible, o industria de la "segunda casa", que puede ser del mar, o de la montaña. Otro filón de esta industria, es reinterpretar los diseños de grandes diseñadores, como Le Corbusier, Mies van der Rohe, Mackintosh y otros, pero mucho más cómodos, y más baratos, con materiales más modernos y suaves.

Otra situación particularmente italiana es la que el diseñador pasa frecuentemente de un rubro a otro, por ejemplo: del diseño industrial a la indumentaria, de la arquitectura al diseño gráfico. El diseñador no es un esclavo de un sector determinado, es un diseñador genérico. La auto producción tiene que ver con esta libertad y es un clásico en Italia, sobre todo entre los jóvenes diseñadores. Si el producto es bueno y tiene éxito, entra al gran mercado de la mano de un sponsor con una producción mayor, y reposicionado como diseñador.



#### 5. Diseño con materiales no tradicionales

Materia es todo, pero la más importante es la de nuestro cuerpo. En la antigua Grecia, la forma y la materia tenían la misma importancia, pero en el Iluminismo, la forma prevalece sobre la materia. La materia comienza a ser considerada sólo un medio útil para obtener la forma.

Los materiales de hoy, se están tornando virtuales. Este proceso de desmaterialización genera en la gente una necesidad de recuperar el contacto con la materia. Pasa con nuestro cuerpo, que hoy en día la gente se comunica por Internet.

En el mundo de los materiales hay también dos tendencias, una hacia la virtualización y otra que va hacia la materialidad recuperando el tacto, el olor, los sentidos. Vamos ahora a ver estas tendencias en los materiales y en sus distintas aplicaciones.

Los materiales caracterizan cada época, cada moda, cada siglo. Cuando se piensa en un material innovador, es verdaderamente innovador si logra superar las modas, el interés del día. Si genera un cambio para más en el estilo de vida. Veremos algunos ejemplos:

- En las cerámicas se puede lograr un innovación a través de la decoración. Artistas y diseñadores son contratados en Italia por las fábricas de cerámicas para revestimientos. Es una innovación pero sujeta a la moda.

- Pero la cerámica ofrece la posibilidad de ser personalizada para cada proyecto del diseñador. Y esto sí es verdaderamente innovador. Muchas veces hay que observar el pasado. Planchas de cerámicas de 2 metros por 1 metro, es una verdadera innovación. Además se puede intervenir sobre la superficie dando matices y espumaduras a la plancha. Cada plancha es distinta y es una pieza única. De aquí salió la idea de la realización de mesadas para baños y cocinas integradas en cerámica. Estas piezas conjugan con los interiores minimalistas, tan difundidos en Milán hoy en día.

- En los años '90 se produce una recuperación de los materiales tradicionales, sobre todo por el interés ecológico y para recuperar el contacto con lo natural. Los nuevos tamaños del gres cerámico de 1,20 de lado. Aquí la innovación es el menor tiempo de armado de las obras, y al ser gres muy resistente, puede ser usados en otros solados, más allá de las cocinas y baños.

- Se han estudiado azulejos en goma, que es muy cálido y suave. Esta goma tiene un

tratamiento superficial especial.

- Las cerámicas rojas, sin esmaltar, se han recuperado con la realización manual, donde se vea la mano del hombre, la intervención subjetiva, individual. Estas cerámicas, además, están realizadas en grandes piezas, que no eran tradicionales en la cerámica roja. Otras fábricas han largado al mercado las cerámicas con la incorporación de resinas, silicio y cuarzo, que son destinadas fundamentalmente en solados de alto tránsito, tanto interiores como exteriores. También se han incorporado al mercado cerámicas muy pequeñas, del tamaño de los mosaicos Bizantinos.

- Otra novedad son los pavimentos luminosos, que consisten en pisos de cemento alisado, que antes de que se consoliden se le agregan piezas de vidrio y se les incluyen debajo, fibras ópticas. Se logran así recorridos luminosos muy particulares e interesantes, manejados por llaves de control.

- Algo no visto anteriormente son las mallas metálicas que pueden usarse en barandas, paneles divisorios, antepechos de ventanas, y hasta en revestimiento de paredes. Lo que más se usa es el titáneo, que es un metal de gran resistencia y a la vez, de gran ligereza y maleabilidad.

#### 6. Diseño interior con cartón

Marco Giunta es un diseñador milanés, formado en Dinamarca, que tiene un especial interés en el cartón y su utilización para el equipamiento del interiorismo. Proyecta y realiza sus muebles exclusivamente en cartón y como desafío, debe encarar la desconfianza de la gente hacia este material ya que hay muchos prejuicios sobre el mismo.

Sus sillas resisten hasta 200 kilos, no tienen pegamento y vienen desarticuladas en cuatro hojas para armar. Esta es una de las grandes ventajas de este material, se trasladan los muebles desarmados ocupando muy poco espacio, teniendo un flete prácticamente nulo. Todo el mobiliario tiene instrucciones para el armado que viene en un prospecto adjunto y los usuarios se involucran con el armado, con la construcción y el material, inclusive pudiendo variar algunos elementos del diseño, o la configuración funcional de la pieza.

Su mayor éxito es un banquito en cartón para usar en visitas a museos y exposiciones, que viene incluido en la guía institucional de la muestra y se presenta al usuario con la forma de una carpeta de dos tapas rígidas.

## Computación Gráfica

### 2001 Noviembre

#### • COREL DRAW (2º parte)

En este módulo, las herramientas avanzadas y su complementación con otros programas de diseño.

**Lunes 12, 19 y 26 de noviembre**  
de 11.15 a 13

#### • DREAMWEAVER

Programa de diseño de sitios y páginas web, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

**Lunes 12, 19 y 26 de noviembre**  
de 14 a 15.30

#### • FLASH (1º parte)

Programa de diseño vectorial y animación en 2D, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

**Martes 6, 13, 20 y 27 de noviembre**  
de 10 a 11.30

#### • Personalización de Sitios WEB

Módulo de aprendizaje de programas complementarios para realizar los objetos que se aplicarán en un diseño Web, tratamiento de imágenes GIF y JPG en Photoshop, Gif animados en Gif Animator, Cool 3D y Flash, sus herramientas y opciones en general.

**Miércoles 7, 14, 21 y 28 de noviembre**  
de 11.15 a 13

#### • PHOTOSHOP 6 (1º parte)

Programa de retoque fotográfico e ilustración. En este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.

**Miércoles 7, 14, 21 y 28 de noviembre**  
de 14 a 15.30

#### • DREAMWEAVER

**Miércoles 7, 14, 21 y 28 de noviembre**  
de 15.30 a 17

#### • FLASH (2º parte)

Programa de diseño vectorial y animación en 2D.

**Miércoles 7, 14, 21 y 28 de noviembre**  
de 17 a 18.30

#### • COREL DRAW (1º parte)

Programa de diseño vectorial e ilustración, en este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.

**Jueves 8, 15, 22 y 29 de noviembre**  
de 11.30 a 13

#### • ILLUSTRATOR

Programa de diseño vectorial e ilustración, equivalente al COREL, en este único módulo, las herramientas y opciones en general.

**Jueves 8, 15, 22 y 29 de noviembre**  
de 14 a 15.30

#### • FLASH (1º parte)

**Jueves 8, 15, 22 y 29 de noviembre**  
de 15.30 a 17

#### • PHOTOSHOP 6

Programa de retoque fotográfico e ilustración. En este módulo, las herramientas básicas y los primeros pasos.

**Viernes 16, 23 y 30 de noviembre**  
de 17 a 18.30

#### • POSER

Programa de modelado y animación de figuras humanas y de animales, en esta primera etapa, las herramientas y opciones en general. Su complemento con otros programas de 3D.

**Viernes 16, 23 y 30 de noviembre**  
de 17 a 18.30

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

Horario de consulta del prof. Walter Martínez:

- Lunes de 10 a 11
- Miércoles de 9 a 11
- Viernes de 10 a 13

**Informes e inscripción:**

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



# Nuevos Profesionales

Felicitaciones a todos nuestros nuevos profesionales que con gran esfuerzo han obtenido su título de grado, deseándoles lo mejor en esta nueva etapa que se inicia en sus vidas.

A continuación publicamos extractos de las evaluaciones de sus tesis y trabajos final de grado, presentadas en agosto, septiembre y octubre 2001, realizadas por destacados profesionales del medio.

## MARÍA DEL PILAR LEÓN

Licenciada en Relaciones Públicas

Tesis: "La relación y la comunicación entre directivos y afiliados del ámbito sindical"  
Tutor: Elizabet Taddei

### Prof. Lorenzo Blanco:

"El trabajo ofrece un desarrollo temático que denota una profunda investigación sobre el proceso del movimiento sindical nacional y sus particularidades institucionales, arribando a la necesidad de instrumentar la actual cultura gremial con los incentivos profesionales que pueden brindar las RR.PP., para eficientizar las funciones específicas de este sector".



## FLORENCIA ALSINA

Licenciada en Publicidad

Tesis: "Medios y Globalización"  
Tutor: Martín Stortoni

Sr. Félix Grosso: "El trabajo cuenta con un muy buen planteo hipotético en cuanto a las relaciones de la planificación de medios y la creatividad en los tiempos que corren (...) La planificación de medios puede ser vista como el análisis de una realidad compleja y turbulenta frente a la cual, como dice la alumna, 'debemos ser flexibles'... para 'aprovechar al máximo las oportunidades'. (...) Este trabajo puede ser un buen aporte para otros alumnos de la carrera".

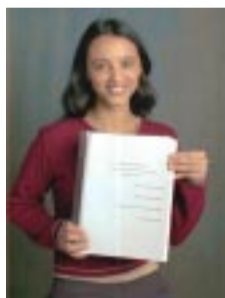
## MARÍA LAURA GARMENDIA

Licenciada en Relaciones Públicas

Tesis: "Internet y Relaciones Públicas"  
Tutor: Ernesto Zambrini (externo)

### Laura Coringrato:

"(...) La exposición de las ideas es muy clara y amena. (...) desarrolla su trabajo en un lenguaje que permite comprender cuestiones técnicas como la Internet, la función del relacionista público y finalmente la conexión entre ambos. (...) Los aspectos destacados son, el interés y el entusiasmo que el autor y el tema, generan en el lector; la didáctica con la que se exponen las ideas permite comprender la cuestión y elaborar conclusiones. (...) El material es un gran aporte a la disciplina".



Lic. Luciana Pivetta: "Uno de los puntos a destacar de la presente tesis es la solidez conceptual (...) todos los puntos se van hilvanando y relacionando de manera de llevar al lector a las conclusiones. (...) El nivel de producción es muy bueno. Un excelente aporte a la disciplina".

## SABRINA COPPARI

Diseñadora Editorial

Tesis: "La segmentación de los medios gráficos"  
Tutor: Marcelo Ghio

### Prof. Carlos del Río:

"Trabajo muy bien planteado, coherente y claro. Con un profundo análisis de los recursos gráficos, lo cual verifica amplio conocimiento del tema. Perfectamente documentado por la bibliografía".



### Prof. Alejandro Firszt:

"Excelente trabajo de documentación y análisis. Gran rigor en la materialización de la metodología de investigación y en el relevamiento del objeto de estudio. Muy sólido el planteo general, refleja profesionalismo".

## CARLA PAOLA URABAYEN

Licenciada en Publicidad

Tesis: "Posicionamiento, imagen y estrategias"  
Tutor: Juan Carponi

### Lic. Pablo González Balcarré:

"La primera impresión que surge ante la lectura de este material es la indiscutible ambición del proyecto. La resignificación de conceptos como posicionamiento, imagen y estrategias ante el fenómeno de la globalización es de tal amplitud y de tan reciente data, que parece difícil de abarcar (...) Es justamente en el aspecto descriptivo de la globalización, donde se hace muy destacable la rigurosa investigación de la autora (...) En síntesis, un buen aporte de la autora que, con sus más y sus menos, se atreve a enfrentar temas sumamente complejos y en permanente evolución. Cuestiones que hacen al presente y al futuro inmediato y que le permiten salir airoso del desafío".



## GISELA GONTIER

Licenciada en Publicidad

Tesis: "La publicidad en el Mercosur"  
Tutor: Martín Stortoni

### Prof. Alejandra Cristofani - UP:

"Es un trabajo teórico sólido y válido para tener como referencia para cualquier investigación, con un muy buen material recopilado".



## GABRIELA LEVIN

Licenciada en Publicidad

Tesis: "Brick & Clicks. Shopping off line vs. Shopping on line"  
Tutor: Susana González/Orlando Aprile

### Sr. Néstor Barbaro - Initiative Media:

"Trabajo ordenado, prolijo y con acumulación de datos inteligentemente recopilados. Es una fotografía actual, muestra el hoy y ahora, contribuye a dejar testimonio de un proceso en formación".



## ROMINA SOL OTEGUI

Licenciada en Publicidad

Tesis: "El posicionamiento del turismo argentino a fin de siglo"  
Tutor: Orlando Aprile

### Lic. Ana María Queirolo - AMQ Estudios de Mercado:

"(...) La presentación, la claridad expositiva y la cuidadosa ortografía son aspectos muy destacados del trabajo, que contribuyeron a que la lectura resultase amena, llevadera y entretenida (...) La bibliografía consultada resultó adecuada para dar un marco teórico a los ejemplos, lo que permitió que el trabajo tenga solidez conceptual y rigor técnico (...) El planteo hipotético y las conclusiones arribadas son el resultado de un muy buen análisis de la realidad. Es de esperar que la propuesta 'Argentina el País de los Seis Continentes' pueda darse a conocer masivamente y, por qué no, Romina como flamante publicitaria colabore en la creación de un mensaje que estimule el deseo de los propios argentinos por recorrer nuestro país (...) Realmente fue un placer evaluar este trabajo".



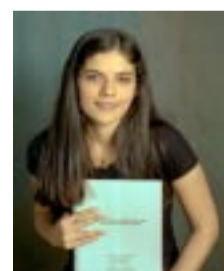
## MARIELA QUERCIOTTI

Licenciada en Publicidad

Tesis: "Los modelos corporales del discurso publicitario"  
Tutor: Orlando Aprile

### Prof. María del Carmen Elizalde - UP:

Muy buen nivel de producción. Se observa un esfuerzo significativo puesto en la investigación y reproducción de datos estadísticos e información de campo.



## MARIELA SALIBA

Licenciada en Publicidad

Tesis: "La fotografía publicitaria"  
Tutor: Ma. Elsa Bettendorff

Lic. Mariano Michkin - Wise Comunicación Publicitaria: "Se puede apreciar, dadas las características del trabajo presentado, una gran producción en el desarrollo del mismo; se destacan las entrevistas realizadas, ya que son

variadas, y el cuestionario realizado ha sido excelente. Eso le permitió a la alumna hacer un desarrollo más amplio y obtener conclusiones mejor fundamentadas (...) Cabe destacar la prolijidad en la presentación, como así también, en la exposición de los temas".

### Lic. Marcelo Vergara - Agulla & Baccetti:

"Considero que es una buena idea tomar la fotografía publicitaria como un caso de análisis y exposición para una tesis, este trabajo contribuye sin duda alguna a dejar de lado las hipótesis que un alumno puede plantearse sobre la persuasión de la imagen publicitaria para confirmar su real efecto (...) el trabajo de investigación ha sido exhaustivo, los casos analizados e investigados son el mejor reflejo de los últimos años en la publicidad mundial, por lo que el criterio para encararlo ha sido en primera instancia lo más creativo del mismo (...) cualquiera después de leer este muy buen trabajo no tiene por qué tener ni siquiera la mínima duda de que la idea enriquece el arte de la fotografía publicitaria (...)".

## CAROLINA TAPIA

Licenciada en Publicidad

Tesis: "Pauta invasiva"  
Tutor: Orlando Aprile

### Lic. Rafael Salas - Pragma:

"El trabajo a mi entender es de un muy buen nivel, reúne un material de investigación muy completo y está muy bien desarrollado. Además está acompañado por una gran cantidad de menciones, bibliografía y trabajo de campo. (...) Muy buen aporte a la disciplina".



### Lic. Constanza Cavalli - Initiative Media:

"(...) el trabajo presentado cumplió con todas las expectativas generadas desde un primer momento. Tanto la claridad y calidad expositiva, como la fluída distribución de las temáticas de los capítulos, el fuerte y detallado trabajo de campo y la infinita cantidad de ejemplos presentados, demuestran a la perfección un trabajo final con conceptos claros y fundamentados en toda su extensión. Las hipótesis son concretas y se responden claramente en una conclusión sencilla que resume y genera una síntesis acorde al nivel del trabajo de investigación (...)".

## PATRICIA ZAMBRANO

Licenciada en Relaciones Públicas

Tesis: "La imagen turística de Salta"  
Tutor: Orlando Aprile

### Lic. Alberto Mustafá - Mustafá MCW:

"El trabajo cuenta con un muy buen planteo hipotético (...) La alumna cumple los requisitos del investigador, y consecuencia de ello es un claro esquema expositivo de ideas (...) Este trabajo es un excelente aporte para otros alumnos de la carrera".





# Primeras Jornadas de Planificación de Medios

La planificación de medios ha ganado terreno dentro del ámbito de la publicidad, es así que en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, con el auspicio de MECA se llevaron a cabo las I Jornadas de Planificación Estratégica de Medios.

La apertura de las jornadas estuvo en manos del Coordinador del evento, **Profesor Martín Stortoni**, y **Lic. Roberto Albertini**, Gerente Comercial de MECA ante la presencia de un auditorio completo de estudiantes, profesionales de medios, empresas, y diferentes disciplinas afines a la publicidad.



Roberto Albertini

Son ampliamente conocidos los cambios que ha sufrido la Planificación de Medios dentro del ámbito de la publicidad, tanto desde el aspecto tecnológico, estructural y/o estratégico. El inicio de este ciclo de exposiciones estuvo a cargo de las empresas más importantes en cuanto a lo que se refiere a la "Investigación y Plan de Medios" dentro de la planificación estratégica.



Rafael Salas



Karen Walczuk

En este caso se contó con las disertaciones de **Gustavo Lohfeldt**, Director Regional de IPSOS Latinoamericano; **Miguel Marasfuchi**, Responsable del Área TGI; y **Karen Walczuk**, Responsable del Área IBOPE Argentina. Tratando cada uno de ellos, el funcionamiento, desarrollo y aplicación de los diferentes softwares que hacen a la investigación de audiencias, tanto desde los aspectos cuantitativos como los aspectos que hacen a los comportamientos y actitudes de los mencionados públicos.

conjuntamente con el Sr. Hugo Imbrosciano, hicieron una breve referencia acerca de la utilización de las diferentes herramientas con las que cuenta el media planner, y pusieron énfasis en la parte estratégica de la planificación, donde explicaron un nuevo modelo de comunicación y "exigieron" a los futuros planificadores nuevos modelos de pensamiento aplicados a la investigación. Con el aporte del Sr. Néstor Barbaro, que aportó sus conocimientos acerca de las herramientas con las que se cuenta, ejemplificando también con casos particulares de su propia experiencia.

En el tercer encuentro de estas jornadas, se contó con la presencia de los **Sres. Eduardo Sallenave y Valentín Bueno**, de la empresa de Vía Pública PUBLICIDAD SARMIENTO. El aporte de los mismos radicó en las diferentes posibilidades que brinda su empresa en cuanto al sistema de medios que atañe a la Vía Pública y las posibilidades de innovación que se les brindan a los media planner. Seguido a éstos últimos, se contó con la presencia de la **Srta. Angélica Ferrer**, Responsable del Área de Publicidad No Tradicional en MEDIA PLANNING S.A.; y **Alfonso Rodríguez Saumel**, Gerente Comercial de GP Producciones. Ambos pusieron acento en la importancia de aplicar la innovación en cualquier pauta publicitaria y las posibilidades que brindan las PNT's, tanto desde la perspectiva de la productora como de la central



Hugo Imbrosciano



Miguel Marasfuchi



Néstor Barbaro

Para dar cierre a este ciclo, se contó con la presencia del **Sr. Rafael Salas**, Jefe de Planificación de Medios de PRAGMA / FCB. Abarcando a los medios desde la perspectiva del lugar que ocupan dentro de una agencia de publicidad, las herramientas y su modo de utilización, el proceso del planning, y la estrategia basada en la prioridad que se le da al conocimiento del consumidor.

En la segunda etapa, se contó con la presencia de tres renombradas figuras del ambiente publicitario, como lo son el **Sr. Mariano Román**, Director de Medios de UNIVERSAL MC CANN Argentina; el **Sr. Hugo Imbrosciano**, Jefe de Planificación de Medios de AGULLA Y BACCETTI; y el **Sr. Néstor Barbaro**, Account Director de INITIATIVE MEDIA Buenos Aires. Todos ellos hicieron referencia a la "Investigación y aplicación al media planning", tanto desde la perspectiva interna de una agencia de publicidad, como desde el funcionamiento dentro de las centrales de medios. El Sr. Mariano Román,



Gustavo Lohfeldt



Angélica Ferrer



Eduardo Sallenave



A. Rodríguez Saumel

herramientas de investigación con las que cuentan, la importancia de innovar constantemente y la diversidad y multiplicidad de posibilidades que brinda este sistema.

Para dar cierre a esta etapa de exposiciones, se contó con la disertación del **Sr. Roberto Albertini**, Gerente Comercial MECA, quien no descartó la importancia del uso de las investigaciones y las herramientas con que se cuenta para la planificación estratégica de medios, pero puso mucho énfasis en resaltar la importancia del *valor agregado* que le brinda el planner aplicando su creatividad y libertad de pensamiento a la estrategia. Pidió que no se viera a este proceso como algo estático y "exigió" que se le diera dinamismo y sinergia a la planificación de medios. Como no podía ser de otra manera, para dar cierre a las I Jornadas de Planificación de Medios, se contó con la presencia de cuatro grandes personalidades destacadas del rubro como el **Sr. Félix Grosso**, Director de CARAT Argentina, quien introdujo conceptos innovadores en cuanto a la posibilidad de medir estímulos y no impactos mediante las fórmulas básicas de la Física entre otros conceptos claves bajo el título de *Mediaciones* (meditaciones sobre los medios).

El **Sr. Guillermo Taffet**, Gerente Comercial de STARCOM Argentina; quien aportó conocimientos a la estrategia de medios desde los insights y los daymaps (herramientas propias de Starcom que se utilizan para la medición de

de medios que pautará en ella. También se hizo referencia a la forma de cotizar este tipo de inserciones, a las consecuencias que acarrea este tipo de publicidad tanto a los canales de televisión como a las productoras y a las empresas anunciantes, y se mencionó la importancia de contar a la brevedad con una regulación jurídica para este tipo de comunicación.

Inmediatamente después del coffee-break, se dio lugar a la exposición del **Sr. Diego Alvarez**, Responsable del Área de IBOPE E-RATING; que nos brindó su aporte en cuanto a las mediciones de audiencias de Internet, las herramientas utilizadas con dicho fin y las proyecciones de crecimiento que tiene este medio emergente.

Seguido a esto, se contó con la presencia de los **Sres. Francisco Martos**, Director del Grupo VÍA SUBTE; y **Carlos Fernández**, Gerente de Servicios de Marketing del Grupo VÍA SUBTE. Ambos expusieron las posibilidades que brinda este sistema de medios a los media planner, las



Guillermo Taffet



Carlos Fernández



Félix Grosso

comportamientos de las audiencias) mediante casos reales de su empresa.

En el caso del **Sr. Pablo Iesulauro**, Director de Investigación y Planeamiento Estratégico de Medios en MIND SHARE Argentina, llevó a cabo una reestructuración del proceso de planificación de medios aportando conceptos como la creatividad en el planeamiento, la importancia de una buena investigación y la fundamental intervención del proceso de control y seguimiento del media planning.

En el último lugar, la exposición estuvo a cargo del **Sr. Ramón Martín Guart**, Director de Operaciones y Negocios de MEDIA PLANNING S.A., quien destacó la importancia del pensamiento estratégico haciendo énfasis en el proceso de planificación, pero principalmente en el análisis de las audiencias y las "5W questions" provenientes del inglés (qué, quién, cómo, cuándo y dónde).



Francisco Martos



Diego Alvarez



Mariano Román



# Reseñas Bibliográficas

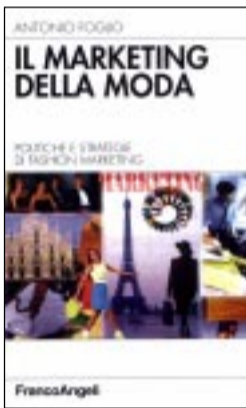
Programa de análisis y actualización bibliográfica que se realiza entre la Biblioteca de la Universidad de Palermo y los docentes de la Facultad de Diseño y Comunicación.

## IL MARKETING DELLA MODA

Comentado por Osvaldo Nupieri

Autor: Foglio, Antonio. Milano: Franco Angeli, 2001.

Finalmente se cubre una necesidad no satisfecha hasta el presente en el mercado argentino. Si bien abundan los textos que versan sobre la disciplina Marketing, el producto moda nunca había gozado de un texto profesional exclusivamente dedicado a él. Y este es gran valor del texto que nos ocupa. La moda, como producto, tomado por el marketing como objeto.



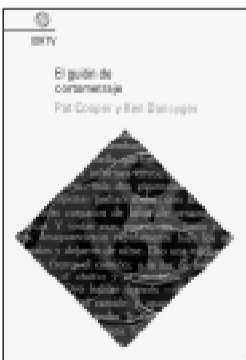
Nos introduce en el mundo del *Fashion Marketing* en un plano absolutamente contemporáneo. Esto es, a la luz de la evolución de los últimos años, como la globalización, informática, tecnología, competitividad, nuevos estilos de vida, etc. y nos provee, además, de herramientas útiles para afrontar los cambios futuros. En el texto se examinan los escenarios del mercado de la moda, las actitudes de compra del comerciante y del usuario, los necesarios procesos estratégicos del marketing, investigación de mercado, segmentación, posicionamiento del producto moda y las combinaciones estratégicas del fashion marketing mix. Un amplio glosario complementa la utilidad del texto.

## EL GUIÓN DE CORTOMETRAJE

Comentado por Gustavo Aprea

Autor: Cooper, Pat; Dancynger, Ken

Son numerosos los libros que analizan la escritura de guiones para medios audiovisuales. La particularidad del manual de Pat Cooper y Ken Dancynger consiste en plantear la especificidad del trabajo de guión para un género determinado: el cortometraje narrativo. Por lo general las observaciones que se realizan sobre este tipo de filmes ocupan un lugar accesorio dentro de las obras que se enseñan las bases del oficio de guionista.



Según Cooper y Dancynger los cortometrajes se caracterizan por algo más que su duración reducida a menos media hora. Sus personajes suelen estar más acotados tanto por su cantidad (nunca son demasiados) como por la forma en que se presentan al espectador. Sus personalidades pueden ser complejas pero deben ser presentadas únicamente a través de acciones visuales. Además los autores plantean que los

filmes cortos quedan necesariamente reducidos a una única trama con una estructura más dinámica que la de los largometrajes o programas de televisión que deben sostenerse sobre la base de la articulación de varias líneas dramáticas. En "El guión de Cortometraje" no se plantea que este tipo de filmes sean meras simplificaciones de los largometrajes, sino que se los considera una forma con posibilidades expresivas propias en la que, por ejemplo, hay muchas más posibilidades para los juegos metafóricos que en las películas industriales. Para lograr su objetivo Cooper y Dancynger parten del análisis de algunos cortometrajes clásicos filmados entre las décadas de 1950 a 1970 y describen algunos de los fundamentos que permiten explorar la práctica del guión: los arquetipos narrativos, las posibilidades que brindan la utilización de la imagen y el sonido para contar historias junto con las herramientas básicas del guionista. Todos los capítulos se explican a partir de casos concretos y terminan con una serie de ejercicios para poner en práctica lo aprendido.

En una segunda parte se definen las estrategias útiles para la escritura de guiones de cortometraje, aunque sus conceptos pueden resultar útiles para otro tipo de formas narrativas. En esta sección se problematizan las posibles fuentes y modelos de los que debe partir el trabajo de guión, las posibles estrategias dramáticas y las formas de relato más comunes dentro de este tipo de cine. El desarrollo de las estrategias narrativas culmina con la caracterización de los personajes y la construcción de diálogos que por su dinámica y concisión sean aptos para este tipo de filmes. El libro termina con la transcripción de cinco guiones escritos y filmados por alumnos de la Universidad de Nueva York.

## COMO SE FABRICAN LAS NOTICIAS. FUENTES, SELECCIÓN Y PLANIFICACIÓN.

Comentado por Fernando A. Roig

Autor: Manuel López. Ubicación en la Biblioteca UP: 070.43 Lop

Un Texto impecable que éste académico supo comprender con inteligencia y claridad. Recomendable no solo para la lectura de aula, sino también en el espacio cotidiano de cada uno. Es una obra donde necesariamente nos encontramos con la ineludible invasión de noticias planetarias que estrepitosamente irrumpen en una redacción todos los días, y que no es nada más y nada menos que una de las tantas respuestas de esta sociedad hipercomunicada. Los hechos cotidianos e inmediatos se entremezclan, se confunden, se funden, con la realidad reconstruida y reproducida mediáticamente. Es agradable también recorrer el relato



descriptivo que realiza sobre la creación de productos periodísticos y el infaltable gatekeeper, el personaje que toma decisiones en la redacción sobre esos productos, también definido oportunamente por Denis Mc Quail, Lorenzo Gomis, Susana Gonzalez Reyna, entre algunos autores de la profesión.

El autor despunta las reglas que se ponen en juego entre veracidad y cantidad de información, el tere y afloje en la selección de lo que se publica y lo que se descarta, los criterios que priman en esa selección, los temas prioritarios, los intereses sociales y económicos que coaccionan, y el profesional que privilegia su labor sorteando esos grupos de presión.

Es decir, el oficio de periodista y su riego. Un texto para leer, opinar y recomendar.

## LOS VIDEOJUEGOS, UN FENÓMENO DE MASAS

Comentado por Marcela Gómez Kodela

Autor: Levis, Diego

Título completo: *Los videojuegos, un fenómeno de masas: qué impacto produce sobre la infancia y la juventud la industria más próspera del sistema audiovisual.* Barcelona: Paidós, 1997- 303.483 LEV

Desde la invención del primer juego de tenis de la marca Atari en 1972, la industria del juego electrónico o videojuego crece en forma geométrica y vertiginosa. Ya hacia fines de los noventa, el 90% de la informática doméstica en los EEUU se presentaba en forma de videojuegos.



El volumen del negocio pasa por ser uno de los más importantes del sector informático, sin embargo, su impacto social genera arduas polémicas. Desde este punto de vista, los videojuegos están cuestionados por el alto contenido de violencia, provocación y los perniciosos efectos psicológicos que producen en niños y adolescentes de todo el mundo.

El autor desarrolla en este libro un análisis exhaustivo de este nuevo fenómeno de masas entendido como un nuevo modelo de lenguaje mediático. Realiza un recorrido por la historia del entretenimiento informático desde los orígenes del Atari y los Nintendo hasta los primeros multimedia interactivos. Desde esta óptica, la importancia sociocultural de los videojuegos trasciende el peso económico, entendiéndose que se inaugura con ellos un nuevo tipo de lenguaje audiovisual cuya presencia se hace también notable sobre los medios preexistentes.

La aparición del videojuego representa asimismo el primer paso de convergencia informática con la televisión en el establecimiento de una relación sinérgica que ha invadido también la industria del cine. El encuentro de ambos sectores se ha intensificado en el intercambio de ideas y creadores entre el cine y la industria del videojuego. Al margen de cuestiones comerciales y tecnológicas, el entretenimiento informático implica aspectos relacionados con los hábitos culturales. Dice J.M. Pérez Hornero: "Ante la

notoriedad de este mundo, o bien se acepta la inocuidad como espacio imaginario o tenemos que preguntarnos si no será ya la subcultura del videojuego sólo el espejo paródico y deformado de la auténtica cultura reinante."

Es así como todo un capítulo del libro está dedicado extensamente a la preocupación por los efectos sociales de este nuevo fenómeno.

Los videojuegos han sido acusados de producir adicción y ser causantes indirectos de comportamientos asociales. La violencia de la mayoría de los juegos alarma seriamente a amplios sectores de la sociedad.

Otros, por el contrario, insisten en remarcar las capacidades educativas de los videojuegos sosteniendo que son también poderosos instrumentos para administrar nuevos estímulos recibidos de manera simultánea y en forma análoga a lo que sucede en la realidad.

Las divergencias sobre la violencia de los juegos surgen a la hora de establecer el alcance del fenómeno y de valorar el alcance de estos contenidos sobre el comportamiento y la formación de niños y jóvenes.

El libro es de interés desde varios puntos de vista. En primer lugar, el autor da a conocer la evolución histórica de los juegos y sus actuales desarrollos. Por otra parte, proporciona los elementos de análisis básicos para entender los mecanismos de este medio, como así el planteo de nuevos caminos para la reflexión e investigación.

## INTELIGENCIAS EN CONEXIÓN. HACIA UNA SOCIEDAD DE LA WEB.

Comentado por María Laura Spina

Kerckhove, Derrick de, (1999). 1º Edición. Barcelona. Editorial Gedisa. Biblioteca de la Universidad de Palermo. 303.483 DEK. 253 páginas.

La llegada de Internet es un descubrimiento tecnológico comparable a la invención de la imprenta. Su efecto, tanto individual como colectivo, parece tener profundas consecuencias sobre lo que ahora empezamos a entender. *Derrick de*



*Kerckhove* especula sobre las consecuencias de esta impresionante conexión mundial y sobre lo que podría ocurrir si se convirtiera en una red global de inteligencias individuales en conexión. Se plantea la hipótesis de si esa inteligencia de conexión puede ser superior a la de cada uno de los individuos.

Esta hipótesis inquietante contempla directamente la posibilidad de que en el presente estamos experimentando uno de los mayores saltos en la evolución de nuestra especie.

Este libro nos ofrece un completo ejercicio de erudición e imaginación que nos permite ver claramente el significado de los medios de comunicación en nuestras vidas y preguntarnos a dónde podrían llevarnos.

Biblioteca de Universidad de Palermo:  
Mario Bravo 1259, teléfono: 4964-4500,  
int. 1353, 1354. Horario de atención,  
de lunes a viernes de 8 a 22;  
sábados de 9 a 14.



PREMIO ESTIMULO 2001

# Premio Estímulo 2001



Desde 1992 se entregan los Premios Estímulo a los estudiantes con mejor desempeño académico que ingresaron a primer año en marzo 2001. Este desempeño se toma en base a los exámenes finales rendidos por cada alumno en los llamados de julio y setiembre del mismo

año. Se consideran a los estudiantes que aprobaron en estos períodos, como mínimo, tres o más exámenes finales. Se entrega un diploma al mejor promedio de cada comisión y una medalla al mejor promedio de cada carrera.  
Entrega de premios: **Lunes 17 de noviembre, 19 hs.**

## Mejores promedios de cada comisión de primer año, ingresantes marzo / mayo 2001

Carrera	Comisión	Apellido y nombre del alumno	Promedio
Comunicación Audiovisual	1º A, TM	PRESMAN, Gabriela	8.00
Comunicación Audiovisual	1º A, TN	TAUIL, Santiago Christian	8.00
E- design	1º A, TM	BRUSCOLI, Carlos Rodolfo	8.67
E- design	1º A, TM	DE MARCO, Diego Carlos	8.67
E- design	1º B, TN	SEVA, Lionel Anibal	9.00
Diseño Audiovisual	1º A, TM	SMITH, Mariela	8.75
Diseño Audiovisual	1º A, TN	FRIAS, Máximo Alberto	9.75
Diseño Audiovisual	1º B, TM	TOBIA, Sabrina Micaela	9.75
Diseño Audiovisual	1º M, TN	OHANIAN, Alejandro	7.33
Diseño de Interiores	1º A, TM	AIELLO, Adriana Noemí	9.75
Diseño de Interiores	1º B, TM	ROMERO, Martín Eduardo	8.50
Diseño de Interiores	1º A, TN	PINCHIERO, Luciana Belén	8.50
Diseño Gráfico	1º A, TM	SPITZER, Carolina Giselle	9.75
Diseño Gráfico	1º B, TM	CELIA, Florencia	8.25
Diseño Gráfico	1º C, TM	BANDE, Pablo Marcelo	9.33
Diseño Gráfico	1º A, TN	CAVIGLIA NOVARA, Liza	8.00
Diseño Gráfico	1º M, TM	PIÑERO, María Inés	8.25
Diseño Gráfico	1º M, TN	PALACIOS, Adrián Martín	8.75
Diseño Textil y de Indumentaria	1º A, TM	NAYAR, María Lourdes	9.60
Diseño Textil y de Indumentaria	1º A, TN	BRESCIA, María Jimena	8.50
Diseño Textil y de Indumentaria	1º A, TN	SASSON, Agustín Andrés	8.50
Diseño Textil y de Indumentaria	1º B, TM	ZEVAOGLU, Melina	9.75
Diseño Textil y de Indumentaria	1º C, TM	DATES, Paula	8.25
Diseño Textil y de Indumentaria	1º M, TM	BERAKHA, Jazmín Carolina	8.80
Organización de Eventos	1º A, TN	LAVORATO, Gastón Jorge	8.50
Organización de Eventos	1º A, TM	LEUCI, María Eugenia	9.00
Organización de Eventos	1º B, TM	BUSTOS, Natalia Soledad	9.50
Organización de Eventos	1º M, TN	HAEDO, María Luján	8.00
Organización de Eventos	1º M, TN	LOACES, Yanina	8.00
Publicidad	1º A, TN	D'IPPOLITO GALLARDO, Patricia	9.80
Publicidad	1º B, TM	PEREZ, Marilina Roberta	9.20
Publicidad	1º A, TM	ALBUIXECH, Soledad	8.00
Relaciones Públicas	1º A, TM	PAUR, Laura	8.80
Relaciones Públicas	1º A, TM	LOPEZ MENARDI, Fabiana María	8.80
Relaciones Públicas	1º A, TN	MANGO, Flavia Roxana	9.60
Relaciones Públicas	1º B, TM	PANICHELLI, María Constanza	9.40
Relaciones Públicas	1º M, TN	BOCLES, Laura Claudia Daniela	7.25

## Mejores promedios de cada carrera de estudiantes de primer año, ingresantes marzo / mayo 2001

Carrera	Comisión	Apellido y nombre del alumno	Promedio
Comunicación Audiovisual	1º A, TM	PRESMAN, Gabriela	8.00
E- design	1º B, TN	SEVA, Lionel Anibal	9.00
Diseño Audiovisual	1º A, TN	FRIAS, Máximo Alberto	9.75
Diseño Audiovisual	1º B, TM	TOBIA, Sabrina Micaela	9.75
Diseño de Interiores	1º A, TM	AIELLO, Adriana Noemí	9.75
Diseño Gráfico	1º A, TM	SPITZER, Carolina Giselle	9.75
Diseño Textil y de Indumentaria	1º B, TM	ZEVAOGLU, Melina	9.75
Organización de Eventos	1º B, TM	BUSTOS, Natalia Soledad	9.50
Publicidad	1º A, TN	D'IPPOLITO GALLARDO, Patricia	9.80
Relaciones Públicas	1º A, TN	MANGO, Flavia Roxana	9.60

CONCURSOS 2001

# Estudiantes de la Facultad Premiados

Dentro de la cursada de sus asignaturas y en una metodología de simulacro profesional, los estudiantes de la Facultad realizan trabajos reales para situaciones reales. Estos trabajos, más allá de su evaluación por el docente, se integran a concursos en los que participan estudiantes de distintos cursos. La Facultad muestra, orgullosa, el nivel de producción alcanzado por sus alumnos en distintos años de sus carreras. Los trabajos incorporados en esta páginas corresponden a concursos realizados durante el primer cuatrimestre 2001.

## Concurso: Una marca de vuelo

Diseño de imagen corporativa para una línea aérea de cabotaje, generación de marca matriz para la Compañía y dos submarcas que individualicen las áreas carga y estudiantil. Se podrá trabajar con alguna de las siguientes líneas aéreas de cabotaje: Dinar, Laer, Lapa, Southern Winds, Aerolíneas Argentinas.



Nieves Amorna: Primer premio



Georgina De Karolyi: Tercer premio



Malena Canicova: Segundo premio



Daniela Biondo: mención



Johana Flexer: mención



Matías Repetto: mención

# 2002: Estudiar, Crear y Trabajar

## 10 años de Jornadas de Reflexión Académica de la Facultad de Diseño y Comunicación

Desde hace diez años, el claustro docente de la Facultad de Diseño y Comunicación, se reúne durante tres días del mes de febrero para reflexionar, intercambiar experiencias, presentar proyectos y elaborar planes de trabajo.

Desde sus inicios, las jornadas han tenido el objetivo básico de la integración de los docentes en equipos de trabajo en función de una mejor organización, planificación y relación del dictado de las asignaturas.

### EL CAMINO RECORRIDO

A lo largo de estos años, la coordinación de las jornadas ha aplicado distintos formatos o modelos de organización, lo que ha determinado ver la historia de este evento dividida en una serie de etapas que significaron siempre una superación de la anterior.

En un principio se trató de reuniones plenarias durante los tres días de actividad donde se asistía a presentaciones individuales por parte de los docentes, acerca de sus experiencias en el aula. No había temas previos acordados y las intervenciones mostraban un alto grado de espontaneidad y valor anecdótico. Este período, que se puede ubicar entre los años 1993 y 1996, se caracterizó por sentar las bases del conocimiento mutuo, muy necesario para la interacción, y por el surgimiento o consolidación de liderazgos académicos naturales en algunas áreas.

1997, marca el inicio de una nueva etapa. La organización de simposios o mesas redondas alrededor de un tema principal en cada uno de los tres días, como el acuerdo previo del tema específico de cada expositor y su presentación por escrito, dará un perfil distinto a las Jornadas, haciéndolas efectivamente reflexivas y permitiendo la documentación de las mismas por medio de la publicación de los trabajos presentados, que ese año llegan a 17 ponencias alrededor de tres temas que plantearon una relación polémica como: *¿Aprender o Enseñar?*, *¿Chips o Libros?* y *¿Alumnos o Carreras?* Es también la oportunidad en la que se invita por primera vez a un especialista para la exposición de un tema de interés para todos los concurrentes. El Licenciado Roberto Cagnoli, Director de la Biblioteca de la UP, integró la mesa de *¿Chips o Libros?*, desarrollando un tema de su especialidad.

Durante estos años la preocupación estaba centrada en la práctica docente y su implementación en el aula, 1998 se dedica a la evaluación. De los trabajos presentados se seleccionan 11 que son publicados en el periódico de la Facultad durante los meses siguientes.

*Prácticas Innovadoras en Enseñanza y Aprendizaje en Diseño y Comunicación*, será el tema de 1999, que mueve a la presentación de 71 ponencias analizadas y discutidas en seis comisiones durante los tres días de las Jornadas, con lectura de conclusiones en una reunión plenaria realizada el último día. Una selección de estos trabajos se publica en el Periódico de la Facultad durante el mismo año.

Con las Jornadas del año 2000, culmina la etapa de reflexión respecto a la tarea del docente en el aula en visión retrospectiva. El nuevo tema convocante *El rol docente frente a los nuevos escenarios profesionales*, implica una mirada

exploratoria del presente, del futuro inmediato, de los cambios constantes y un desafío a la creatividad, que genera la presentación de 62 ponencias que son publicadas luego en un cuaderno distribuido en el transcurso del año.

### UN CAMINO A RECORRER

Desde ese año lectivo, la Facultad de Diseño y Comunicación, ha promovido la creación de un espacio institucional en torno de la creación, producción e investigación. Estas acciones estuvieron concebidas con el objetivo principal de posibilitar la producción de conocimiento, de enriquecer el aprendizaje, de facilitar la articulación de las diferentes carreras y proyectar el trabajo académico hacia la comunidad en general.

A través de diversas propuestas de trabajo, tales como los Proyectos en el Aula y los Proyectos de Desarrollo se fue configurando un camino auspicioso en torno a la formalización de creaciones sucesivas, aportes teóricos y producciones, que realizadas en el aula o por los docentes en forma individual, permitieran transitar por los campos disciplinares, enfatizando un encuentro entre los intereses académicos y la búsqueda de respuestas a los nuevos interrogantes que la realidad formula.

Del pensar a la acción que genera el pensar, podría ser la denominación del nuevo período que comienza con las Jornadas del año 2001. El lema de la convocatoria, *Producción, Creación e Investigación en Diseño y Comunicación*, produce un compromiso con la actividad académica productiva en el aula como estrategia de enseñanza y aprendizaje, además de comenzar el tránsito hacia una currícula por el método de proyectos. Durante las Jornadas de este año se presentan y analizan 72 trabajos destinados a ser desarrollados en el aula. Los mismos son también publicados en un cuaderno para conocimiento y análisis de toda la comunidad académica. Algunos ya habían sido implementados y otros llevados cabo durante el ciclo lectivo siguiente. Esta producción alcanzó también estado público a través de los cuadernos de la serie, *Proyectos en el aula*.

La intención fue valorizar y dar trascendencia a los emprendimientos que docentes y estudiantes, a partir en un vigoroso y entusiasta trabajo conjunto, formalizaron en los proyectos. Los resultados fueron óptimos y significaron la posibilidad de continuar, profundizando las líneas de trabajo planteado y promoviendo la instalación de nuevas propuestas, que en torno a la creación, producción e investigación, indagaran y se orientaran a la resolución de las problemáticas del Diseño y la Comunicación, sus alcances y significación en la arena de la actualidad.

Buscamos también ampliar la capacitación del conjunto tanto en el plano profesional como pedagógico. En el último año, el desarrollo de una currícula basada en el método de proyectos, fue el tema que movilizó a los docentes no sólo para la participación en las Jornadas, sino especialmente para el trabajo académico del año 2001. Todas estas iniciativas y objetivos puntuales se potencian en función del objetivo principal y subyacente, de la elevación del nivel académico general de nuestra Facultad.

Desde esta óptica, puede comprobarse cómo el nuevo paradigma tecno- económico ha modificado la realidad del ejercicio profesional. Eficiencia, competitividad y creatividad constituyen imperativos que en este contexto determinan el perfil de las demandas del mundo laboral y las exigencias de la formación universitaria.

### LAS PRÓXIMAS JORNADAS

El propósito de la convocatoria de las X Jornadas de Reflexión Académica 2002, es realizar un debate conjunto sobre las experiencias realizadas en la actividad áulica, en torno a los cambios de la realidad y a la multiplicidad de nuevos factores y prácticas, como generadores de experiencias e innovaciones implementables en la enseñanza para el mundo del trabajo.

La propuesta es acercar para la reflexión y el debate, aportes sobre las innovaciones y cambios pedagógicos, el diseño de herramientas para la enseñanza, la renovación de las metodologías, la formulación de proyectos.

Se trata de analizar las características y alcances de la enseñanza del Diseño y la Comunicación, para enriquecer e innovar en la formación teórica y el entrenamiento de los estudiantes, en función del desarrollo expresivo y creativo, frente a las demandas de los nuevos escenarios laborales.

Estas acciones participativas permiten una continua transferencia de las experiencias áulicas para la actualización de los planes de estudio, el contenido de las asignaturas y sus objetivos. Esta activa y sólida participación del claustro docente constituye un núcleo valioso para el crecimiento institucional y la formación de nuestros alumnos.

A la Facultad y a quienes la conforman, les atañe asumir un papel protagónico en la realidad actual, en la búsqueda y formalización de criterios de enseñanza novedosos, en la producción de conocimientos, interactuando en forma dinámica en beneficio de la sociedad donde se encuentra inserta.

Reflexionar sobre estrategias y experiencias de actualización constituye, entonces, una instancia óptima para el tendido de puentes en la formulación de nuevos criterios educativos y como herramienta privilegiada de aprender y enseñar con expectativas concretas de transferencia a la práctica profesional.

### Estudiar, Crear y Trabajar

Bajo esta temática se realizarán las X Jornadas de Reflexión Académica 2002, a efectos de poder imprimir los trabajos antes del próximo mes de febrero, la recepción de los abstracts cierra el viernes 7 de diciembre.

### Versión completa en Web

Los trabajos presentados en las IX Jornadas: Producción, creación e investigación en Diseño y Comunicación (2001) pueden encontrarse en:

[www.palermo.edu.ar/dyc/ProduccionAcademica/ProduccionesAcademicas2001.htm](http://www.palermo.edu.ar/dyc/ProduccionAcademica/ProduccionesAcademicas2001.htm)

Los trabajos presentados en las VIII Jornadas: El Rol docente frente a los nuevos escenarios profesionales (2000) puede encontrarse en:

[www.palermo.edu.ar/dyc/produccionesacad.htm](http://www.palermo.edu.ar/dyc/produccionesacad.htm)

Los trabajos presentados en las VII Jornadas: Reflexiones sobre la formación de los profesionales del Diseño y la Comunicación (1998) pueden encontrarse en:

[www.palermo.edu.ar/dyc/ProduccionAcademica/ProduccionesAcademicas1998.htm](http://www.palermo.edu.ar/dyc/ProduccionAcademica/ProduccionesAcademicas1998.htm)

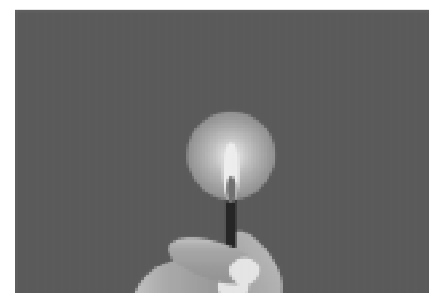
Asimismo la guía completa de artículos y publicaciones de la Facultad realizados en el período 1993-2000 puede consultarse en:

[www.palermo.edu.ar/dyc/guiapublicaciones.htm](http://www.palermo.edu.ar/dyc/guiapublicaciones.htm)

Se permite la libre utilización de este material académico citando las fuentes.

### Julián Devries, estudiante de Diseño de Imagen y Sonido, reconocido en el Premio Phillips de Arte Digital

Obra premiada en el Premio Phillips de Arte Digital con Mención Honorífica realizada en la asignatura Introducción al Lenguaje Visual a cargo del profesor Rolando de la carrera Diseño de Imagen y Sonido durante el 1er Cuatrimestre de este año por el alumno Julian Devries y expuestas durante el mes pasado en el Centro Cultural Recoleta.





INFORMACIÓN ACADÉMICA

## Séptima Promoción de Asistentes Académicos

Se entregarán las constancias a los asistentes académicos que aprobaron el Programa 2001 coordinado por la profesora Victoria Bartolomei.

Este Programa está dirigido a los alumnos y egresados de nuestra Facultad interesados en una experiencia formal de capacitación docente. Los participantes trabajan en una cátedra o colaboran con tareas académicas mientras realizan un taller de capacitación.

A continuación los alumnos y egresados que realizaron el curso. Entre paréntesis, el profesor al cual asistieron.

- **Adrian Arletazz** (Gustavo Valdes)
- **Carolina Badaloni** (Alejandra Espector)
- **María Laura Baez** (Alejandra Firszt)
- **Lilia Bonaglia** (Mónica Recupito)
- **Mariana Brea** (Patricia Doria)
- **Carolina Burnet** (Martín Stortoni)
- **Natalia Córdoba** (Patricia Doria)
- **Cecilia Cormenzana** (Mónica Recupito)
- **Alfredo Delucchi** (Carlos del Río)
- **Angelica Ercoli** (Silvia Porro)
- **Mariel Gutierrez** (Fabiola Knop)
- **Martín Johnson** (Fernandez)
- **Analia Kim** (Claudia Barbera)
- **Carolina Krenkel** (Laura Della Fonte)
- **Luis Lizarraga** (Alejandra Espector)
- **Claudia Mazza** (Carlos del Río)
- **Noel Molina** (Patricia Doria)
- **Horacio Napoli** (Marcelo Ghio)
- **Juan Manuel Ramisch** (Elizabeth Taddei)
- **Romina Rotundo** (Adrián Candelmi)
- **Carlos Ruiz Sant** (Gustavo Valdes)
- **Natalia Veluscek** (Alejandra Espector)

Los interesados en sumarse al Programa en el 2002, pueden inscribirse con Laura Córdoba (8° piso, de 13 a 21, teléfono: 4 964 4500 int. 1524)

Entrega de constancias:  
**Jueves 22 de noviembre a las 19**

### Concurso de proyectos de sistemas de información

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y la Facultad de Ciencia y Tecnología de la Universidad de Palermo junto con **PALM Inc.**, empresa líder en el mercado de computadoras de mano organizan un concurso destinado a premiar las mejores propuestas que empleen productos Palm en servicios educativos.

Podrán participar todos los alumnos regulares de la Universidad de Palermo. Charla informativa para los interesados: 19 de octubre de 2001 a las 19.00 hs. en el SUM de la UP, Mario Bravo 1050.

- 1º Premio una PALM Modelo M505 con teclado (Visor color, 8MB de RAM, batería recargable)
- 2º Premio una PALM Modelo M105 con funda de cuero (8 MB de RAM)
- 3º Premio una PALM Modelo M100 con funda de neoprene (2 MB de RAM)

Más información en la Facultad de Ciencia y Tecnología, Mario Bravo 1302, 6º piso. Teléfono: 4964 4500 int. 4520

[sacyt@palermo.edu.ar](mailto:sacyt@palermo.edu.ar)

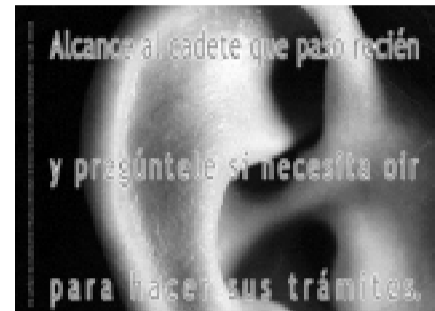
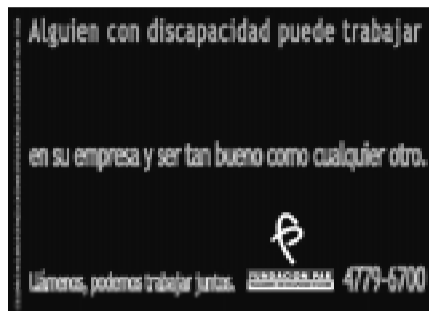
La Facultad de Diseño y Comunicación y sus alumnos **Luis Garbato, Noelia Oliva y Marcelo Politano** invitan a usted a presenciar la proyección del cortometraje "La Ventana" y el documental "29.270 días de radio en el aire". El día 5 de noviembre del 2001 a las 19 hs.

Mario Bravo 1050 6º piso (Auditorio).



## El antes y el después del caso Fundación Par

Lo esencial de un logo creado en la Facultad de Diseño y Comunicación



La Fundación PAR fue creada en 1989 y su misión es la promoción laboral de trabajadores con discapacidad motora o sensorial-sin compromiso mental, para su plena integración al mercado en forma competitiva. Es una entidad no gubernamental y sin fines de lucro que actúa en Capital Federal y Gran Buenos Aires. En 1998 la Fundación detectó una dificultad para realizar su trabajo, pues el logo que tenían no representaba al total de personas para quienes trabajaba. Debían explicar que trabajan para personas con distintas discapacidades y no solo para

personas en sillas de ruedas, como mostraba el viejo logo. Fue así como la Dirección Ejecutiva tomó contacto con la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP y se realizó un concurso entre los alumnos de la Carrera de Diseño para la creación del nuevo logo de la entidad. Se eligió el actual diseño, creado por Carolina Pecora que acompaña la imagen de Fundación PAR en las campañas que la agencia Mc Cann Erickson dona por segundo año consecutivo a esta entidad de bien público.



## Conferencias a cargo de destacados profesionales en Diseño y Comunicación

Durante octubre estuvieron presentes el Lic Luis Trujillo, presidente de la Gazeta Mercantil Latinoamericana y secretario general del Forum de Líderes Mercosur que habló sobre Medios y mercosur y el Lic. Gustavo Garzón de Diálogos eventos trató el tema de la capacitación dentro de la organización de eventos. También contamos con la presencia de la Lic. Marisa Viotti, asesora de comunicación y capacitación de Avina especializada en programas de comunicación para ONG que habló de la comunicación en el tercer sector.



Luis Trujillo de la Gazeta Mercantil Latinoamericana



Gabriel Garzón de Diálogos



Marisa Viotti

### ¿Qué hay de nuevo en nuestro sitio?

La Facultad de Diseño y Comunicación actualiza en forma constante sus páginas web. Este mes podés recorrer el sitio y encontrar la **Galería de Trabajos de Alumnos** de las carreras de Diseño Industrial (1), Diseño de Modas (2), Diseño Gráfico (3) y Licenciatura en Publicidad (4).

1 [www.palermo.edu/dyc/dind.html](http://www.palermo.edu/dyc/dind.html)

3 [www.palermo.edu/dyc/dg.html](http://www.palermo.edu/dyc/dg.html)

2 [www.palermo.edu/dyc/dm.html](http://www.palermo.edu/dyc/dm.html)

4 [www.palermo.edu/dyc/pu.html](http://www.palermo.edu/dyc/pu.html)

## AREA DE DESARROLLO E INSERCIÓN LABORAL

**Area de Desarrollo e Inserción Laboral**

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

Las búsquedas se publican en las carteleras de la Universidad.

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

**Búsquedas Laborales solicitadas por empresas a nuestra universidad durante octubre**

Fecha	Nº	Empresa	Puesto
24/09	535	DIGLIA S.R.L.	Telemarketer-
24/09	538	TALLION- GOVWORKS ARGENTINA SRL	Programador
24/09	539	COTO C.I.C.S.A.	Jefe de Personal para sucursales
24/09	540	OLIVA GOLDBERG-VETERE & ASOCIADOS	Junior de Auditoría
24/09	541	GRUPO BAPRO S.A.	Telemarketer
24/09	542	ARGENPRINT S.A.	Operador C R M
25/09	544	RECYCLING EXPRESS	Vendedor
26/09	545	TRIMAX S.R.L.	Responsable de Marketing
27/09	548	Promo Eventos	Diseñadora Gráfica
27/09	549	MANUEL TIENDA LEON S.A.	Asistente- Secretaria
28/09	550	Importante compañía	Asistente Jr.
01/10	551	TELESOFT SPA	Pasante para Microinformática
01/10	553	BEC CONSULTING GROUP S.A	Asistente
01/10	554	RAINBOW	Telemarketers
01/10	555	ASOCIACION DE DESARROLLO Y CAPACITACIÓN (Arg)	Asistente de Contaduría y Cobranzas
01/10	559	WALL STREET INSTITUTE	Jóvenes Profesionales
03/10	560	ADEA S.A.	Pasante
03/10	561	TEG SOLUTIONS ARGENTINA S.A.	Ejecutivo de Desarrollo de Negocios
03/10	563	LLOYDS BANK	Administrativo de Sucursal
04/10	564	TELETECH S.A.	Telemarketer
09/10	565	Estudio Rohr	Telecobrador
09/10	566	Hellermann Tyton S.R.L	Estudiante Avanzado de Arquitectura
10/10	568	DG Producciones	Asistente de Producción
09/10	569	Kwik Kopy Printing	Estudiante de Diseño Gráfico
11/10	573	COTO C.I.C.S.A.	Comprador de tecnología
11/10	574	COTO C.I.C.S.A.	Lider de Proyecto SAP
11/10	575	COTO C.I.C.S.A.	Lider de Proyecto Datawarehouse
12/10	576	COTO C.I.C.S.A.	Asistentes (2)
15/10	577	Hope Funds Team Investments S.A	Productores de productos financieros
15/10	578	MARCO de PMC SRL	Asistente de Reporting
16/10	579	ESTUDIO JURIDICO ROHR	Administrativo
16/10	580	Estudio Rohr	Diseñador Web
16/10	581	EUROTUR SRL	Organizadora de eventos
16/10	583	GOLDMAN - STERN	Asistente
17/10	584	DR. GERARDO A. SZTERENLINCH	Asistente
17/10	585	MUCHNIK, ALURRALDE, JASPER Y ASOCIADOS S.A.	Asistente de eventos
17/10	586	COMPLEMENTOS EMPRESARIOS	Asistente de Marketing
17/10	587	DISTRICEGA S.A.	Encargado Administrativo
18/10	588	EKI DESCUENTO/FORMATOS EFICIENTES	Pasante para auditoría
18/10	589	IMPORTANTE COMPAÑÍA	Diseñadora Gráfica
22/10	590	COFI BAL COMPAÑÍA FINANCIERA	Asistente administrativo
22/10	591	LÓGICA SYSTEM S.A.	Diseñador Gráfico
22/10	592	TG TORRES GARCIA, RRHH	Gerente de Recursos Humanos
23/10	593	ESTUDIO 6 S.H.	Asistente de Marketing (2)
23/10	594	SOFRECOM ARGENTINA	Pasante de informática
23/10	595	IMAGEN Y TECNOLOGÍA	Diseñadora Estudiante
24/10	596	SARA LEE - SOL y ORO	Pasante

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

- María Victoria Bidart (20)**  
 Estudiante de 2º año de Publicidad (UP) Trabaja en el Departamento de Marketing y Publicidad de Much Music-Canal Joven S.A.  
 Sus tareas son: programación de publicidades, organización de eventos, shows y concursos del canal.
- Cecilia Defelipe (19)**  
 Estudiante de 2º año de la carrera de Publicidad. (UP)  
 Trabaja como asistente en el Departamento de Medios de **Agulla y Bacetti**.  
 Comenzó a trabajar como trainee, y ahora realiza las tareas de asistentes.
- Florencia Sadous (25)**  
 Diseñadora Gráfica (UP)  
 Trabaja en el Departamento Creativo de **Rapp Collins Worldwide**.  
 Algunas de sus tareas son: diseño de newsletters, folletos, cartas, tarjetas, invitaciones, retoques de imágenes, entre otras.
- Carolina Burnet (21)**  
 Estudiante de 4º año de la carrera de Publicidad (UP)  
 Trabaja en la **Universidad de Palermo**, en la facultad de Diseño y Comunicación. Se desempeña en el área de coordinación.
- Juan Alberto Stanchina (23)**  
 Estudiante de 3º año de Relaciones Públicas (UP)  
 Trabaja en la **Universidad de Palermo**, en la Facultad de Ciencias y Tecnología  
 Algunas de sus tareas son: seguimiento de alumnos, telemarketing, y asistencia a los eventos que realiza dicha Facultad.
- Laura Cuniberti (24)**  
 Licenciada en Publicidad (UP), estudiante de la Maestría en Dirección de Empresas (UP)  
 Trabaja en la **Universidad de Palermo**, facultad de Diseño y Comunicación. Está en el área de prensa y difusión. Sus tareas consisten en envío de gacetillas a los medios, carga de datos, entre otras tareas.

**diseño&comunicación**

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

Tirada: 7.000 ejemplares

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

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

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