

SUMARIO

- ▷ Diseño Fotográfico. Muestra de estudiantes de la Facultad en el Teatro San Martín
- ▷ Julio Bocca en DC-UP
- ▷ Burbujas: El universo de los espumantes. Rincón Gourmet organizado junto a Maridajes Consultora **Página 2**
- ▷ Retratos x 3. Fotogalería DC **Página 2**
- ▷ Moda en Palermo: Desfiles, muestras, video instalaciones y performances. 8º Edición **Página 2**
- ▷ Usabilidad. 4º Jornadas de Entornos Digitales 2008 **Pág. 2**
- ▷ Escena creativa 8. Patricio Contreras - Roberto Carnaghi **Página 2**
- ▷ La agencia integrada, el éxito de la campaña. 3 Días de Creatividad Publicitaria. 3º Edición **Página 3**
- ▷ Congreso Latinoamericano de Enseñanza de Diseño 2009. Primera edición **Página 3**
- ▷ 37 talleres de computación gráfica **Página 3**
- ▷ Reseña: 2º Jornadas de Tendencias Gastronómicas 2008 **Páginas 4 y 5**
- ▷ Estudiantes DC online. Octubre 2008 **Página 5**
- ▷ Creaciones de estudiantes premiados: Interiores. Colecciones. Marcas. Sistemas. Objetos. Concursos 1º cuatrimestre 2008 **Páginas 6 y 7**
- ▷ Reseña: 11º Jornada de Diseño de Interiores 2008 **Página 8**
- ▷ Reseña: Rincón Gourmet 2008. Aguas: La joven tendencia **Página 9**
- ▷ Reseña: Rincón Gourmet 2008: México: Imagen y Sabores **Página 9**
- ▷ Reseña: 5 Días de Teatro y Espectáculo. 6º edición **Páginas 10 y 11**
- ▷ Reseña: 3º Jornadas de Diseño de Weblogs 2008 **Página 12**

La agencia integrada, el éxito de la campaña

3 Días de Creatividad Publicitaria. 3º Edición

11, 12 y 13 de noviembre Libre y gratuito

[+ info pág. 3]

Burbujas: El universo de los espumantes

Ciclo Rincón Gourmet organizado junto a Maridajes Consultora

6 de noviembre Libre y gratuito

[+ info pág. 2]

Nuevas Carreras en Diseño y Comunicación



La Facultad comienza a dictar en marzo 2009 las carreras **Marketing de la Moda** y **Moldería y Confección de Indumentaria**. Son dos carreras cortas (2 años/16 asignaturas cuatrimestrales) que se focalizan en la formación de dos áreas de gran desarrollo y creciente requerimientos de profesionales universitarios: el negocio de la moda y los procesos de producción.



Estas son las únicas carreras en Argentina a nivel universitario que otorgan estos títulos. Se suma a las carreras Diseño de Modas y a Producción de Modas que la Facultad dicta desde hace varios años conformando un área de formación universitaria única en Argentina y Latinoamérica que cubre varios aspectos del mundo de la moda. [+ info en www.palermo.edu/dyc]

Diseño Fotográfico Muestra de estudiantes de la Facultad en el Teatro San Martín

Exponen: Lucía Bengoche, Juan Pablo Berot, María Victoria Cunningham, Eisira Chávez Arrieta Geyvys, Guadalupe Lovisolo Gamarino, Ana Mancini, Marcela Márquez Arango, Agustina Méndez, Andrés Ospina Jaime, Damián Pascuariello, Fernando Servente, Natalia Statuto, Martín Taveras y Samantha Vargas.

Del 4 al 16 de noviembre Hall Central Carlos Morel, Teatro San Martín. Corrientes 1530



Marcas. Sistemas. Objetos. Interiores

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad en el primer cuatrimestre 2008

[+ info pág. 6 y 7]



1º p. María Fourcade



1º p. María Pastore



1º p. Paula Rusconi



2º p. María Brusco



2º p. Sonia Del Regno

Marca y Sistema. Alumnos de la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial 1 (Diseño Gráfico)

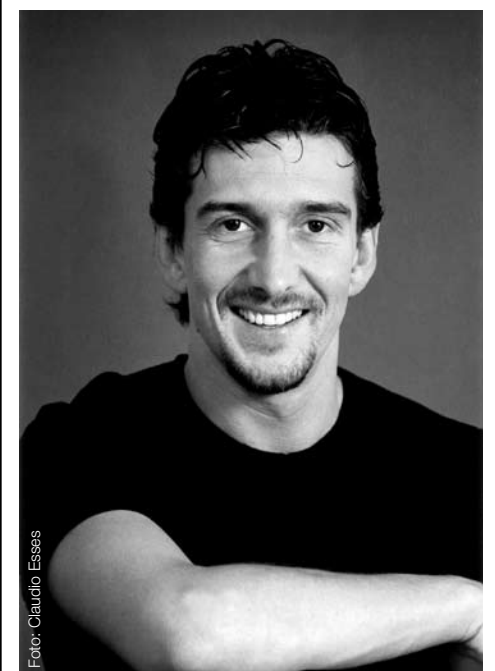


DOSSIER 21 | Noviembre 08. MODA EN PALERMO. Producciones de estudiantes de la Carrera Diseño Textil y de Indumentaria de la Facultad de Diseño y Comunicación, presentadas en la última Semana de la Moda en Palermo, junio y julio 2008.

Julio Bocca en DC-UP

3 de noviembre, 16 hs.

Mario Bravo 1050, Auditorio. Libre y gratuito



Informes: consultasdc@palermo.edu 5199 4500 int. 1502, 1530, 1570

Moda en Palermo

Desfiles, muestras, video instalaciones y performances. 8º Edición.

Del 18 de noviembre al 1 de diciembre

Actividad libre y gratuita



[+ info pág. 2]

Usabilidad

4º Jornadas de Entornos Digitales

18 de noviembre Mario Bravo 1050. Auditorio. Libre y gratuito

El encuentro tiene como objetivo conocer la usabilidad y las disciplinas vinculadas como diseño web, arquitectura de información, diseño centrado en el usuario y diseño de interacción.



Giro54



9.00 Usabilidad: haciendo la vida más fácil

Introducción a la usabilidad: definiciones fundamentales, alcance (qué es y no es), áreas relacionadas (accesibilidad, arquitectura de la información, diseños varios, etc.)

Eduardo Mercovich. Consultor y fundador de GaiaSur inSpiro.

10.00 La usabilidad en la empresa: valor agregado y retorno de la inversión

¿A quién le debe interesar la usabilidad en una empresa? La relación con las áreas de Marketing, Producción, Calidad, Tecnología, Gonzalo J. Auza. Director de Inter-Cultura.

11.00 La usabilidad en equipos de IT

¿Cuál es el rol de usabilidad en un proyecto de IT? ¿Cuál es su función dentro del equipo de desarrollo? ¿Cuál es su importancia para el éxito del proyecto? Edgardo Sokolowicz. Director de Tecnología de Despegar.com

12.00 Buenas experiencias de usabilidad: Psicofxp.com, Tenaris, MercadoLibre

De qué manera la implementación de distintas metodologías y técnicas de usabilidad les permitió mejorar la experiencia de sus usuarios en los portales Psicofxp.com y ZZZ.

Juan Manuel Carraro. Director de Comunicación. Gabriel Celermín. Socio de Giro54. Eduardo Mercovich. Consultor y fundador de GaiaSur inSpiro.

Invitados: Ismael Briasco. CEO de Psicofxp.com. Maximiliano Kraszewski. CTO de Psicofxp.com. Matías Gaviño. MercadoLibre.

13.00 Break

14.00 Diseño Centrado en el Usuario: de lo conceptual a lo pragmático

El ciclo de Diseño Centrado en el Usuario (DCU) como parte del proceso de desarrollo. Indagación contextual, ordenamiento de tarjetas, principios de diseño de interacción y de usabilidad, prototipación rápida y tests con usuarios.

Enrique Stanziola. Responsable de usabilidad de Despegar.com

15.00 Arquitectura de información

Técnicas de relevamiento de contenidos. Organización de la información. Sistemas de navegación, rotulado y búsqueda. Construcción de Mapas de Sitio y Tablas de Contenido - Storyboarding.

Juan Manuel Carraro. Director de Comunicación.

16.00 Prototipación y pruebas con usuarios

Presentación de los criterios centrales en la realización de prototipos en papel para elaborar diseños de interacción. Demostración de la usabilidad con usuarios.

Guillermo Ermel. Responsable de usabilidad de MercadoLibre.

17.00 ¡No me compliques! Haciendo más fácil nuestras cosas de todos los días

En este panel se expondrá, desde distintos enfoques, cuál es el presente y el futuro del diseño centrado en el usuario.

Fernando Das Neves, gerente de I+D de Snoop Consulting. Jorge Plano, especialista en Accesibilidad. Natan Santolo, director de la carrera Diseño Web en Escuela Da Vinci.



Escena creativa 8

Dramaturgia latinoamericana contemporánea. El proceso de puesta en escena.

Viernes 7 y 14 de noviembre, 11.30 hs.

Patricio Contreras (Actor - Director)

En los últimos tiempos el teatro latinoamericano ha encontrado un lugar clave en los festivales internacionales. Los dramaturgos y directores encuentran nuevas formas de encarar los temas de nuestra historia reciente desplegando lecturas inéditas sobre nuestra realidad.

En este seminario se propone trabajar los posibles tratamientos de un texto latinoamericano contemporáneo y todo el proceso de puesta en escena realizado para *Déjala Sangrar* del chileno Benjamín Galemiri (TMGSM: 2008).

La versatilidad en la actuación

Miércoles 12 de noviembre, 11.30 hs.

Roberto Carnaghi (Actor)

¿Cuáles son los medios de que se vale un actor para crear sus personajes, para hacerlos creíbles, para pasar de ser un simpático escritor en una obra para niños al más vil de los villanos en una tira televisiva? ¿Cuál es la versatilidad que debe tener para que su actuación sea eficaz tanto en teatro, como en cine o en televisión? ¿Cuál es la relación que se genera con los distintos directores, con los técnicos y con los miembros de los equipos creativos? Estas serán algunas de las cuestiones que, desde su amplia y reconocida trayectoria, abordará el actor Roberto Carnaghi en el cierre de este ciclo.

Burbujas: El universo de los espumantes



Ciclo Rincón Gourmet organizado junto a Maridajes Consultora

6 de noviembre Jean Jaurés 932. Auditorio. Libre y gratuito

18.20 Evolución del packaging, etiquetas y corchos en los espumantes

Lic. Nury Marandet, Asesor de Imagen Gourmet

18.45 Mesa redonda: Creación. Comercialización. Estrategia de comunicación para el posicionamiento de espumantes

Sebastián Alén Guichón, Prensa y Relaciones Institucionales, Bodega Familia Zuccardi

Pedro Rossell, Enólogo, Bodega Cruzat

Rafael Squassini, Director Comercial, Bodega Dante Robino

Moderador: Gustavo Domínguez, Director General de Sabia, Sociedad Anónima de Bebidas internacionales y argentinas. Vicepresidente de la Asociación Argentina de Marketing.

20.00 Degustación a cargo de Placeres Patagónicos y espumantes de bodegas participantes

Cobertura Periodística: Revista Industria Bebible, Revista Digital Longe's



Desfiles, muestras, video instalaciones y performances

Moda en Palermo. 8º Edición. Noviembre 2008

Del 18 de noviembre al 1 de diciembre Jean Jaurés 932

La *Semana de la Moda* es un ciclo de desfiles, muestras, video instalaciones y performances que congrega a estudiantes de Diseño de Modas y Producción de Modas. La posibilidad de llevar el mundo de las ideas al campo de lo posible es parte de la metodología propuesta en la Facultad. El proceso de aprendizaje de los alumnos no finaliza en el aula, sino que toma cuerpo y puede vivenciarse en el evento con la exhibición y puesta en escena de una propuesta multidisciplinaria. A continuación los Desfiles y Performances organizados por cátedra.

DESFILES Y PERFORMANCES

Eugenia Aryan: Acerca de hadas (Diseño 2). Acerca de duendes (Diseño 4) • **Claudia Barbera:** Amor al bias (Diseño 3). Oscilaciones (Diseño 5) • **Natalia Barros:** Texturas Complementarias (Diseño 1) • **Eugenia Biagioli:** Culturas del mundo (Diseño 1) • **Gustavo Calandra / Claudio Hock:** Zodíaco (Diseño de Autor) • **Vanina D'Antoni:** De la deconstrucción a la construcción (Diseño 2) • **Cecilia De Laurente:** Multicultural (Diseño 2) • **Mariana Denizio:** Exótico oriente (Diseño 2) • **Carla Desiderio:** Añorados caballeros (Diseño 4) • **Graciela Ferrari:** Tribus africanas (Diseño 1) • **Lorena González:** Nuevas estéticas urbanas (Diseño 5) • **Ximena González Eliçabe:** Acentos (Diseño 6). Experimentación

textil (Accesorios 2) • **Verónica Ivaldi:** Diseño de Autor (Diseño de Accesorios 1 y 2) • **Gustavo Lento:** Nuevos talentos (Diseño 2, 3, 4 y 6) • **María Mihanovich:** Street and feeling report (Diseño 2) • **Cecilia Otero:** Moda estética, latinoamérica: presente (Tecnología textil. Diseño de trajes de baño) • **Paola Pascua:** Las décadas (Diseño 2) • **Marina Quatromano:** Texturas envolventes (Diseño 1) • **Lucrecia Rigoni:** Presente pasado (Diseño 1) • **Marcelo Senra:** Diseño de Autor • **María José Uslenghi:** Morfologías lúdicas II (Diseño 3) • **Laura Valenzuela:** Diseño de Autor • **Laura Valoppi:** Recuerdos de la infancia (Diseño 2) • **Andrea Vargas Prada:** Human style (Diseño 2).

MUESTRAS ESTÁTICAS

Eugenia Aryan: Climas de festejo en diseños de t-shirts para hombres de vanguardia: Candy christmas. Un mundo de cuento y fantasía. Dark christmas. Una noche helada habitada por almas solitarias. Vintage christmas. Recuerdos de ayer, hoy y siempre. (Diseño 4) • **Ximena González Eliçabe:** Introspección. El cuerpo. Micro-instalaciones y objetos materiales. Técnica: muñecos con materiales textiles; ensamble. (Accesorios 2) • **Fernando López Bizcaino:** Ochenta años de la revista porteña. Un homenaje (Diseño de calzado y accesorios).

Retratos x 3

Tres miradas, tres estilos y técnicas diferentes sobre este tema cuyo denominador común es el ser humano como referente central.

Del 24 de octubre al 7 de noviembre

Fotogalería DC. Jean Jaurés 932. Libre y gratuito.



La agencia integrada, el éxito de la campaña

3 Días de Creatividad Publicitaria. 3^o Edición

11, 12 y 13 de noviembre

La notoriedad de marca es algo que la publicidad busca, pero que sólo puede lograr a través de la creatividad y la innovación en sus propuestas. Crear es indispensable a la hora de posicionar un producto para obtener una pieza de calidad que resalte en el mercado.

La publicidad, hoy, tiene un receptor que vive a un ritmo vertiginoso, estimulado con cantidad de imágenes que nutren su mente e incentivan su rapidez intelectual pero disminuyen su capacidad de atención. A su vez la publicidad en nuestros días, trasciende lo específicamente mediático para instalarse cada vez más en el campo de lo virtual y lo interactivo.

La creatividad publicitaria en Argentina ha producido ideas líderes en el mundo, muchas de ellas revolucionaron por su invención y creatividad. Pero, aunque la idea surja de una persona, se necesita de todo un equipo

que la construya, desde su aparición hasta su producción final cuando la publicidad se lanza al mercado. Proceso complejo que tiene como eje la comunicación, la solidaridad, el conocimiento y responsabilidad por parte de cada área y que necesita de todos para que se pueda llevarse a cabo y ese producto creativo satisfaga al creador, la agencia, al cliente y también logre el impacto buscado en el mercado.

Para reflexionar, compartir, revalorizar el rol de los Equipos de trabajo que conforman la publicidad hoy es que se organiza el espacio **3 Días de Creatividad Publicitaria**. Lugar de encuentro con distintos profesionales para transitar las preguntas que hoy componen la creación en publicidad. Cada día se desarrollará una temática específica, donde los profesionales aportarán sus experiencias y conocimiento.

11 de noviembre PUBLICIDAD INTERACTIVA

14.45 Apertura de la Jornada

15.00 Conferencia: La publicidad interactiva post web 2.0
Fabiola Ferro - Fernando Martín,
Director de Tecnologías -
Germán Martín, Director Creativo,
OgilvyInteractive

16.00 Workshop: Marketing y Equipos de Trabajo: La Interactividad en juego
Sia Interactive

19.00 Conferencia: Publicidad hoy
Pablo Poncini

12 de noviembre LA PUBLICIDAD Y SUS FACETAS

15.00 Mesa redonda: La publicidad Argentina en los últimos años
Alberto Borrini, Jorge Martínez,
Miguel Daschuta, Orlando Aprile

16.00 Workshop: You tube or not you tube
Daniel Gallego

19.00 Conferencia: Los avances de la publicidad
Pablo Gil

Coordinación: Alcira Serna. Actividades libres y gratuitas. Requieren inscripción previa. Tel. 5199 4500 internos 1502, 1530 y 1570. Mail: consultasdc@palermo.edu

13 de noviembre LA PUBLICIDAD Y EQUIPOS DE TRABAJO

15.00 El factor humano. Soledad & contención. Workshop y espacio de experimentación planteado por Remolino.

19.00 El entretenimiento según el entretenimiento
Charla a cargo de Juan Caffieri y
Federico Tello, FIRE

20.00 Mesa redonda: De la idea al mercado
Papón Ricciarelli, Guillermo González
Taboada, Eduardo Parapugna
Coordina: Pancho Dondo

Primer Congreso Latinoamericano de Enseñanza de Diseño 2009

El lanzamiento del Congreso se hizo frente a un auditorio de autoridades académicas de universidades, escuelas y carreras del Diseño de Argentina. Fue significativa la asistencia de instituciones del interior del país. La presentación la realizó la Facultad de Diseño y Comunicación como coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño, que es la única asociación en su tipo que agrupa a más de 165 instituciones educativas que actúan en el campo del Diseño en Latinoamérica, España y Portugal.

El Congreso será el primero de su especificidad en Latinoamérica y expresa el grado de madurez alcanzado por el Diseño y la preocupación de las escuelas y universidades en trabajar por

el mejoramiento constante de la calidad en la formación de los futuros profesionales y se llevará a cabo en el marco del IV Encuentro Latinoamericano de Diseño que se desarrollará del 27 al 31 de julio 2009 en forma libre y gratuita. En este acto se invitó a la participación a docentes y profesionales que se desempeñan en el amplio campo de la enseñanza del Diseño. La participación como la asistencia a todas las actividades del Congreso es libre y gratuita. Las bases pueden consultarse en el minisitio del Encuentro Latinoamericano de Diseño ingresando por www.palermo.edu/dyc

+ info: encuentrolatinoamericano09@gmail.com



37 TALLERES COMPUTACIÓN GRÁFICA

Noviembre 2008

In Design 4 - Prof. Diego Macri
Lunes 8.00 a 9.30 hs.

In Design 4 - Prof. Diego Macri
Lunes 9.45 a 11.15 hs.

AutoCAD 4 - Prof. Antonio Tecchia
Lunes 8.00 a 11.15 hs.

Flash 4 - Prof. Diana Fernandez
Lunes 14.00 a 15.30 hs.

Photoshop 7 Aplicado - Prof. D. Fernandez
Lunes 15.45 a 17.15 hs.

Photoshop 3 - Prof. Paola Fraticola
Lunes 14.00 a 15.30 hs.

Dreamweaver 3 - Prof. Paola Fraticola
Lunes 15.45 a 17.15 hs.

Dreamweaver 4 - Prof. Graciela Reyes
Martes 8.00 a 9.30 hs.

Photoshop 4 - Prof. Graciela Reyes
Martes 9.45 a 11.15 hs.

AutoCAD 4 - Prof. Nancy Fajgenblat
Martes 8.00 a 11.15 hs.

Flash 4 - Prof. Gabriel Villafines
Martes 14.00 a 15.30 hs.

Dreamweaver 4 - Prof. Gabriel Villafines
Martes 15.45 a 17.15 hs.

Illustrator 4 - Prof. Paula Caia Zotes
Martes 18.45 a 20.15 hs.

Photoshop 4 - Prof. Paula Caia Zotes
Martes 20.30 a 22.00 hs.

Flash 4 - Prof. Gaston Ditomaso
Miércoles 8.00 a 9.30 hs.

Photoshop 7 Aplicado - Prof. G. Ditomaso
Miércoles 9.45 a 11.15 hs.

Flash 3 - Prof. Miguel Angeleri
Miércoles 14.00 a 15.30 hs.

Dreamweaver 3 - Prof. Miguel Angeleri
Miércoles 15.45 a 17.15 hs.

Illustrator 3 - Prof. Gabriela Feldman
Miércoles 14.00 a 15.30 hs.

Illustrator 3 - Prof. Gabriela Feldman
Miércoles 15.45 a 17.15 hs.

ArchiCAD 4 - Prof. María Cabral
Miércoles 18.45 a 22.00 hs.

Dreamweaver 3 - Prof. Jorgelina Vicente
Miércoles 18.45 a 20.15 hs.

Photoshop 3 - Prof. Jorgelina Vicente
Miércoles 20.30 a 22.00 hs.

Flash 3 - Prof. Graciela Reyes
Jueves 8.00 a 9.30 hs.

Illustrator 3 - Prof. Graciela Reyes
Jueves 9.45 a 11.15 hs.

Photoshop 4 - Prof. Claudio Morales
Jueves 14.00 a 15.30 hs.

Photoshop 4 - Prof. Claudio Morales
Jueves 15.45 a 17.15 hs.

3D Max 4 - Prof. Leonardo Parise
Jueves 14.00 a 17.15 hs.

Corel 4 - Prof. Virginia Caetano
Jueves 14.00 a 15.30 hs.

Corel 4 - Prof. Virginia Caetano
Jueves 15.45 a 17.15 hs.

Flash 4 - Prof. Julian Dubosq
Jueves 18.45 a 20.15 hs.

PhotoShop 7 Aplicado - Prof. Julian Dubosq
Jueves 20.30 a 22.00 hs.

Premier 2 - Prof. Johnathan Feldman
Viernes 14.00 a 15.30 hs.

Premier 2 - Prof. Johnathan Feldman
Viernes 15.45 a 17.15 hs.

Flash 4 - Prof. Paola Fraticola
Viernes 18.45 a 20.15 hs.

ActionScript 2 - Prof. Paola Fraticola
Viernes 20.30 a 22.00 hs.

Rhino 4 - Prof. Constanza Ruiz
Viernes 18.45 a 22.00 hs.

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

“Es fundamental poder innovar sabiendo dónde estás y a quién te dirigís”

Dijo Delia Muñoz Bahamonde, Gerente General del Claridge Hotel, en la Facultad

El 21 de agosto se realizaron en la Facultad de Diseño y Comunicación las 2º Jornadas de Tendencias Gastronómicas junto a GH Grupo Gastronómico, donde destacados profesionales y empresas del sector dieron su opinión acerca de las tendencias actuales del sector en su vinculación con cuestiones de imagen, servicios, posicionamiento y estrategias.

La apertura estuvo a cargo de **Graciela Hernández**, Directora de GH, quien hizo referencia a los premios: “Tendencias Gastronómicas es un evento que se realiza anualmente con el fin de premiar la calidad de la gastronomía y la hotelería. Los expositores de estas Jornadas han sido premiados en este certamen.”

Luego, **Martín Molteni**, Chef y dueño del restaurante Puratierra, habló sobre su experiencia en el rol de propietario: “Hoy me toca estar al frente de un proyecto y llevarlo adelante. En el restaurante tenemos el desafío del día a día, es donde hacemos el trabajo real, es el campo de batalla. Ahí aplicamos la creatividad y nuestras sensaciones”.

Sobre su experiencia en el exterior dijo: “El paso del cocinero por otros países es muy importante ya que permite tener otra visión y conocimiento. Viajar enriquece y ayuda a elaborar nuestro paladar”.

Hizo referencia también a lo que implica trabajar en este rubro: “Parte de nuestro trabajo es la gestión: ordenar, estructurar y tener contacto tanto con los proveedores como con los colegas” y agregó: “La imagen no es lo único importante, pero si es un pilar, como en un plato, lo primero que estimula es la vista, lo mismo se traslada a la marca, debe ser clara y acorde al estilo”.

Por último comentó cuáles son los objetivos que se plantea con su restaurante: “Construir una nueva gastronomía argentina, participar en la cultura y generar inspiración en lo nuestro. Trato de hacer comida argentina a través de la creatividad, buscándole matices a los productos que nos rodean”.

A continuación **Beatriz Coste**, doctora en análisis sensorial de alimentos, dio una charla orientada a estudiar el mercado de los quesos, tanto a nivel nacional como internacional. Comenzó hablando sobre cómo se posiciona Argentina: “Estados Unidos es el primer productor del mundo, pero dentro de América Latina somos el país mejor ubicado” y explicó: “Argentina se caracteriza por tener fluctuaciones políticas y económicas que modifican el consumo y la producción. Cuando el consumidor empieza a conocer, demanda. En Argentina no hay mucha variedad y sobre todo cuando uno va a comer afuera nota una oferta bastante reducida. En Europa está mucho más diversificado, hay más experimentación y juego”. Como cierre de la mañana se organizó una mesa redonda sobre las tendencias en el consumo, en la que participaron referentes del sector para dar su opinión de mercado. Estuvieron como invitados Fernando Telo de Finca La Anita, Guillermo Barzi de Humberto Canale, Elvio

Centurión de la bodega Don Diego y Antoine Thibaud de Ruca Malen.

Antoine Thibaud habló sobre los beneficios de la ubicación geográfica: “Tenemos una situación única por la diversidad de climas, la combinación de latitudes que se da al pie de la cordillera nos permite generar microclimas y jugar con distintos cultivos ya que muchas plantaciones logran resistir” y agregó: “Nosotros compramos la mayoría de nuestras uvas, lo que nos da flexibilidad para ir buscando las mejores características e ir combinándolas”. Luego habló sobre la calidad de las barricas: “Se hacen con roble francés o americano, éste último es más aromático, lo que aporta mucho a la complejidad del vino”.

Por su parte **Guillermo Barzi** comentó que la idea es seguir manteniendo la bodega dentro de la familia. Se ubica en la Patagonia, una zona que recién ahora comienza a valorizarse: “Cada región trae sus problemas, nuestro riesgo son las heladas”. Y a su vez comentó: “La madera en el vino es como la sal en la carne: te das cuenta si tiene mucha o poca. Nosotros lo que buscamos es que el protagonista sea el vino y que la madera se adapte a éste”. Con respecto a la oferta de vinos comentó: “Hay un bombardeo de marcas. Yo me paro en la góndola de un supermercado y puedo contar más de 40 cabernet-sauvignon. La tendencia es que se consuma menos pero de mejor calidad”. Hizo referencia también al lugar que ocupa el país dentro del mercado: “A partir de los '90 las bodegas más grandes del mundo se instalaron en Argentina, hoy en día está muy bien posicionada en el mercado mundial, aunque un problema es la propia inestabilidad. Es difícil decirle a un europeo que le tenés que aumentar un 30% el costo por la inflación”.

A continuación **Fernando Telo** comentó: “Nuestro norte fue rescatar una situación integral de producción. Es un proyecto chico, conformado por poca gente que busca hacer vino de alta calidad. Creo que es una de las bodegas que ha marcado tendencia con el modelo de bodega chica de gran calidad”. Y sobre sus comienzos dijo: “Salimos al mercado en 1996 con cinco vinos. El syrah fue la variedad más consumida de nuestra finca. Hoy es nuestro ícono”. Con respecto al consumo en el país expresó: “Yo creo que en Argentina el consumo de vino ha bajado, pero se ha sofisticado”.

Por último **Elvio Centurión** contó sobre la odisea de su primera producción: “Somos una bodega pequeña de Catamarca. Los primeros años nos dedicamos a sembrar las uvas, luego tuvimos que pensar qué hacer con ellas. No teníamos



presupuesto para hacer una bodega y producir el vino, así que fuimos a otra bodega y luego a otro lugar para fraccionarlo. En el 2001 tuvimos los primeros vinos y decidimos venderlos”.

Luego del break y la degustación de quesos SanCor, **Roberto Urrere** y **Juan Carlos Pelussi** de dicha empresa, dieron una charla dedicada a explicar los procesos y controles de calidad. “Trabajamos día a día con un compromiso y una visión: ser la empresa láctea líder en Argentina, ayudando a mejorar la calidad de vida de los consumidores a través de la alimentación, creciendo con proyección internacional”, dijo Roberto Urrere y agregó: “Naturaleza, trabajo, pureza, desarrollo, tecnología, creatividad, confianza, todo esto es SanCor. ¿Cuál es nuestro objetivo primordial?, agregar valor a la leche. Hay una gran variedad de productos, lo que hace que haya un desafío constante. La orientación al cliente es primordial y hay una búsqueda constante por satisfacerlo. A partir de la materia prima, hay que garantizar un consumo seguro y conservarlo el mayor tiempo posible”. “En 1996 se buscó un proceso de cambio en la atención directa al canal gastronómico. Los objetivos de la Empresa fueron mejorar el posicionamiento, afianzar la imagen institucional y mejorar el servicio al cliente” dijo Juan Carlos Pelussi.

A continuación, la Directora de la escuela Celia de Gastronomía de Córdoba, **Celia De Giovanni**, dio una charla acerca del incremento de proyectos gastronómicos en el interior del país: “Cambió y se diversificó el interés, se buscan recetas con mayor elaboración y chef especializados”, expresó y agregó: “Hay restaurantes de cocina típica de cada región, además de la mexicana o armenia”. Como cierre se organizó una mesa redonda donde participó la Gerente General del Claridge Hotel, Delia Muñoz Bahamonde, Martín Leopoldo Díaz, Gerente de actividades culturales e Inés Villamil, Gerente de Alimentos del Hotel Hilton.

Sobre las características del hotel **Dalia Muñoz Bahamonde** expresó: “El Claridge tiene carácter, es un hotel vertical, el cliente está siempre muy ubicable al igual que los que trabajamos ahí” y agregó: “Hay que aprovechar la materia prima que tiene cada país y cada ciudad y utilizar lo mejor, es fundamental poder innovar sabiendo dónde estás y a quién te dirigís”

Con respecto a los restaurantes en los hoteles opinó: “Le da prestigio, categoría y posicionamiento. Puede ser una fuente de problemas, pero da muchísimas satisfacciones y si se sabe manejar da importantes beneficios



Martín Leopoldo Díaz y Delia Muñoz Bahamonde (Claridge Hotel)



Graciela Hernández (GH Grupo Gastronómico) (izq.) y Celia De Giovanni (Escuela Celia de Gastronomía de Córdoba)



Beatriz Coste



Roberto Urrere (izq.) y Juan Carlos Pelussi (SanCor)



De izq. a der. A. Thibaud (Ruca Malen), G. Barzi (Humberto Canale), F. Telo (Finca La Anita) y E. Centurión (Don Diego)



Martín Molteni (restaurante Puratierra)





Inés Villamil (Hotel Hilton)

económicos. Un hotel, al igual que un restaurante, son dos entornos cambiantes que tienen que estar en constante evolución".

Martín Leopoldo Díaz habló acerca de la importancia que le dan a la cultura dentro del hotel: "La prioridad nuestra de posicionamiento pasa por la cultura y Buenos Aires es un paraíso cultural, lo nuestro es el arte, la pintura y la música. Tenemos ciclos con el Teatro Colón y con el Teatro Nacional de la Plata". Y luego explicó: "En Buenos Aires hay ciertos prejuicios acerca de relacionar a la cultura con un hotel. Nuestra sala tiene la misma acústica que la de una sala de concierto. El elemento diferenciador en el Claridge es la cultura, estamos dentro de una cadena donde le damos gran importancia a eso".

A continuación **Inés Villamil** hizo referencia a la ubicación del Hilton: "Es un hotel muy moderno que abrió en una zona nueva que tiene mucho que ver con lo contemporáneo. Cuando abrimos no había nada alrededor", en relación al cliente que elige el hotel expresó: "Es muy importante conocer al cliente y saber cuáles son sus necesidades. El nuestro es un cliente corporativo. En el 2004 frente a las necesidades y demandas que tuvimos hicimos una reforma completa del restaurante del hotel, tanto de la infraestructura, como del menú. Se debe saber que es lo que necesita el mercado y adaptarse a eso". Sobre la estructura interna del hotel comentó: "Hay un trabajo muy importante con el área de Recursos Humanos, el hotel está muy abocado a la capacitación. El empleado es nuestro cliente interno, nosotros lo llamamos miembro de equipo, ellos son los que ayudan a hacer una diferencia y lograr que este motor enorme funcione".



Degustación de quesos SanCor

"Yo creo que la fotografía tiene que conmové"

Dijo el fotógrafo José Luis Raota en la Facultad

Durante agosto 2008 expusieron en la Fotogalería DC/UP dos destacados fotógrafos. José Luis Raota exhibió su muestra titulada "Momentáneas" y Matías Kritz la muestra "Kritz Artworks".

José Luis Raota explicó: "En cierta manera la fotografía tiene eso de momentáneas, de capturar el momento. Hay una decisión propia de capturarlo". A su vez comentó acerca de su elección de fotografiar en color o blanco y negro: "Pienso que las dos comunican, pero me siento más cómodo, por una cuestión artística, con el blanco y negro. Me parece que decorativamente no cansa tanto como el color". Algunas de sus fotos retratan rostros y oficios del interior del país: "El interior tiene esa cuestión de afección, de vivir, y como soy del interior puedo tener esa sensibilidad para verlo y capturarlo. Veo la necesidad y por eso decido hacerlo ahí. Hay oficios olvidados, que se van perdiendo, eso es lo que quiero rescatar. Todavía sigue la búsqueda, creo entonces que lo único que nos queda es la imagen y poder capturarlo. El testimonio es la fotografía".

Matías Kritz comentó en la inauguración de su muestra acerca de la relación entre la música electrónica y su fotografía: "Trabajo en la música hace 20 años, quizás los títulos me fueron asignados más que yo designar algún tipo de música. Siempre me basé en hacer lo que tenía ganas en cuanto a la música, a la estética. De hecho, el tipo de imagen que trabajo viene de un lugar muy musical. La imagen está muy apoyada en la música". Sobre su manera de fotografiar dijo: "No planeo las cosas, agarro la cámara, empiezo a sacar fotos y sé que si eso me llamó la atención algo va a aparecer de ese trabajo. No es que pienso en la temperatura, el color ni el enfoque, es lo que me nace en el momento de hacer. No saco las fotos muy pensadas, porque los momentos mueren constantemente y uno no los puede capturar, entonces normalmente trato de capturar esos momentos lo más rápido posible y sin pensarlo, que sea automático".



Muestra "Momentáneas" de José Luis Raota



Muestra "Kritz Artworks" de Matías Kritz

estudiantes DC ONLINE
Diseño y Comunicación



EstudiantesDC on line es una publicación digital mensual destinada a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, que anticipa las novedades académicas y administrativas del mes de la Facultad. Este *newsletter* se envía a comienzos de cada mes. En este caso la edición 20 se envió a comienzos de octubre y, en DC de noviembre, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

TERCER CICLO DE TALLERES OPERATIVOS PALERMOTV

El Ciclo de Talleres Operativos del Área Audiovisual inicia el lunes 6 de octubre sus actividades en la nueva sede de PalermoTV, Jean Jaurès 932, brindando un soporte de conocimientos prácticos y técnicos para todos estudiantes del Área Audiovisual, como así también para todos los estudiantes interesados de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. El Ciclo de Talleres Operativos tiene como misión, que los alumnos incorporen los conocimientos sobre el manejo y cuidado de los equipos e instalaciones disponibles en PalermoTV para la realización de sus Trabajos Prácticos, y ampliar así su campo de acción en una producción integral. Durante las seis semanas que duran los Talleres, se ofrecen 6 módulos de dos horas cada uno, que se repetirán de lunes a viernes de 11:30 a 13:30.

Semana 1: Introducción al Estudio de TV: características, dimensiones y factores. Reconocimiento del set de filmación, conexiones, parrilla, tablero de luces, medidas de seguridad, correcto uso de los materiales de trabajo.

Semana 2: Cámara: Uso operativo de cámaras de video y de fotografía, balance de blanco, manejo de iris, uso de cámara en trípode, en mano, en Dolly y en estabilizadores.

Semana 3: Sonido: Micrófonos, concepto de micrófono, micrófonos dinámicos y condensers, micrófono de cámara y sus diferentes usos, noción de fuente Phantom. Funcionamiento, operaciones básicas, registro de sonido directo de cámara y registro en digital.

Semana 4: Iluminación: Conocimientos básicos de iluminación, diferenciación de los tipos de luces y fuentes (luz directa, reflejada y transmitida), filtros. Puestas básicas de iluminación en estudio, situación de iluminación noche y día.

Semana 5: Edición Analógica: Conocimientos básicos sobre edición analógica off-line, configuración de una isla de edición, dubbing e inserts.

Semana 6: Edición Digital: Conocimientos y usos básicos, configuración de la isla, administración de clips. Captura, seteo, interfase, disposición de elementos en la pantalla.

Talleres son libres y gratuitos. Para más información: palermotv@palermo.edu / 4963-0763 (int) 213.

CREATIVIDAD PALERMO

A partir de agosto 2008 se conformó el Proyecto Pedagógico *CreatividadPalermo* que integra la producción de las asignaturas vinculadas a creatividad y campañas publicitarias.

En este proyecto participan las siguientes asignaturas: Publicidad III, Publicidad IV, Campañas en punto de venta, Campañas de bien público, Empresa publicitaria I - Orientación creatividad, Empresa publicitaria II - Orientación creatividad, Campañas publicitarias I, Campañas publicitarias II, Planificación de campañas I, Planificación de campañas II, Dirección de arte I, Dirección de arte II, Dirección de arte III, Dirección de arte IV, Imagen publicitaria I, Imagen publicitaria II, Imagen publicitaria III, Imagen publicitaria IV, Taller de reflexión y discurso I, Taller de reflexión y discurso II, Redacción publicitaria I.

PROYECTOS JÓVENES DE INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN

Todos los estudiantes que cursan la asignatura Introducción a la Investigación, Comunicación Oral y Escrita y Taller de Redacción, que forman parte de las carreras de la Facultad deben,

como requisito obligatorio de aprobación de cursada respectiva, presentar las conclusiones de sus trabajos de Investigación o de Comunicación en la "Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación" que se realiza en este segundo cuatrimestre 2008 desde el lunes 27 de octubre al viernes 7 de noviembre.

Una síntesis de los trabajos de investigación presentados se publica anualmente en la Serie Creación y Producción en Diseño y Comunicación. Los trabajos del 2º cuatrimestre 2007 pueden consultarse en los números de Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados] Nº 15: Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación, Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación, Segundo Cuatrimestre 2007, Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación y Comunicación Oral y Escrita Segundo Cuatrimestre 2007 (mayo 2008) y en el Nº 16: Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación, Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita Segundo Cuatrimestre 2007, Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Segundo Cuatrimestre 2007 (julio 2008).

GUÍAS DE EXAMEN FINAL

Los profesores tienen la obligación de entregarte la Guía del Trabajo Práctico Final. Si el docente no te entregó o la perdiste, podés solicitar una copia digital a la oficina de Gestión Académica completando el formulario correspondiente.

El formulario va dirigido a la oficina de Gestión Académica con copia a Orientación al Estudiante de Diseño y Comunicación.

Se puede también completar el formulario online. El número que verás una vez enviado el mail te sirve para consultar sobre el estado/avance de tu solicitud. Sólo se enviará documentación académica a casillas de correo que sean de la Universidad.

SOLOFOTOS DC

SoloFotos DC es una sección que incluye únicamente fotografías de situaciones cotidianas y/o eventos de la Facultad de Diseño y Comunicación, para que los estudiantes bajen las fotos de su interés. Durante los meses de mayo, junio y julio se publicaron las imágenes de los siguientes eventos: Premiadados en los Ensayos D&C + Premiadados en los Proyectos de Graduación D&C + Premiadados en Introducción a la Investigación + Premiadados en Comunicación Oral y Escrita + Premiadados en los Concursos D&C 2007-02 + Premiadados en Hotelería y Turismo + Premiada con el Premio Banco Santander-Río.

ENTREGAS SEMINARIO II: PROYECTO DE GRADUACIÓN

Para los estudiantes que cursan durante el segundo cuatrimestre 2008 el calendario de entregas a partir de octubre es el siguiente:

+ Entrega 50%: del 29 de septiembre al 3 de octubre

+ Entrega 75%: del 27 al 31 de octubre

+ Entrega 100%: del 15 al 19 de diciembre

+ Entrega 100% (en prórroga): del 23 al 27 de febrero 2009

Durante las semanas del 13 y 20 octubre, se realizan las Mesas de Evaluación y Coloquio para los Proyectos de Graduación aprobados, que fueron entregados en el mes de julio, a partir de la cursada del primer cuatrimestre de 2008 de Seminario de Integración II.

Interiores. Colecciones. Marcas. Sistemas. Objetos

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad en el primer cuatrimestre 2008

Concurso 36. SISTEMA Y ARMONIA

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

Primer premio compartido: Clara Gaing -
Domenica Martínez

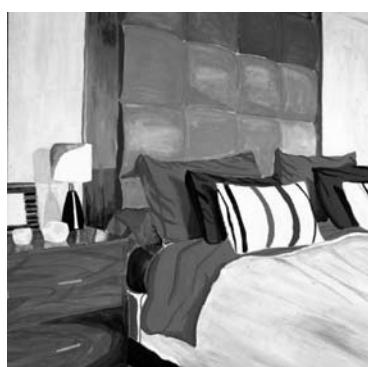
Segundo premio compartido: Rosario Friexias -
Daniela Fonzi

Tercer premio compartido: Rafael Andrade
Cordova - Sabrina Cuevas

Menciones: Ornella Giordano - Pamela Quinteros -
Sofía Villella
(Prof. Antonio Sensini)



1º premio: Clara Gaing



2º premio: Daniela Fonzi



1º premio: Domenica Martínez



2º premio: Rosario Friexias



Menciones: Ornella Giordano



Mención: Pamela Quinteros



Mención: Sofía Villella

Concurso 27. SERIES DE COLECCIÓN

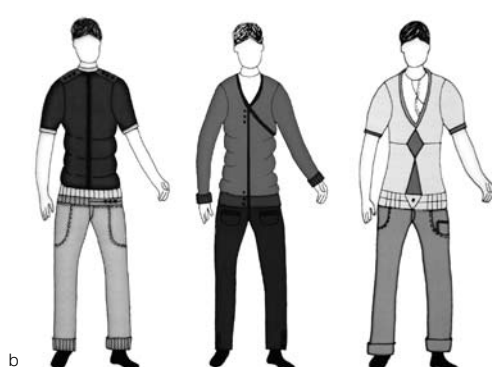
Alumnos de la asignatura Diseño de Indumentaria 4 (Diseño Textil y de Indumentaria, 2º año)

Primer premio: Belén Amorosi (a)

Segundo premio: María José Silvestri (b)
(Prof. Carla Desiderio)



a



b

Concurso 22. MARCA Y SISTEMA

Alumnos de la asignatura Comunicación y Diseño Multimedial 1 (Diseño Gráfico, 3º año)

Primer premio compartido: María Pastore (Prof. Carlos del Rio) - Paula Rusconi - María Belén Fourcade (Prof. Marcelo Ghio)

Segundo premio compartido: María Ana Brusco (Prof. Carlos del Rio) - Sonia Del Regno (Prof. Marcelo Ghio)

Tercer premio compartido: Verónica Bartley - Dana García - Natalia Morselli (Prof. Marcelo Ghio)

Menciones: Francisco Bosco - Belén Davalos - Marine Tokatlian (Prof. Marcelo Ghio)



1º premio: María Belén Fourcade



1º premio: María Pastore



2º premio: María Ana Brusco



1º premio: Paula Rusconi



2º premio: Sonia Del Regno



3º premio: Dana García



3º premio: Verónica Bartley



3º premio: Natalia Morselli



Mención: Belén Davalos



Mención: Francisco Bosco

ESTUDIANTES DE LA FACULTAD DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN PREMIADOS

Concurso 10. PUBLICIDAD PARA CRECER

Alumnos de la asignatura Publicidad 1 (Diseño Gráfico – Publicidad - Diseño Textil y de Indumentaria - Ceremonial y Protocolo)

Primer premio: Guido Briones (Prof. Federico Lendoiro)

Segundo premio compartido: Martín Pujol (Prof. Bernardo Suárez) - Carolina Barbarossa, Milagros Brayer, Cynthia Brignon y Manuela Marconi (Prof. Paula Domeniconi)

Tercer premio compartido: Ana Lucía Zampieri (Prof. Bernardo Suárez) - Fernando Rodríguez (Prof. Eugenia Álvarez Del Valle) - Sofía Ceppi, Florencia Dente, Adriana Soledad Fernández, Laura Pérez Varelo (Prof. Alejandro Abaca)

Menciones: Eduardo Masotto - Agustina Gamalero (Bernardo Suárez) - Laura Condori Castro - Agustina Gaviglio (Ariel Santangelo) - Marcelo Cocchiaro - Nicolás Ridruejo (Paula Domeniconi) - Vanesa Ferreiro, María Agustina Llobera, Sofía Roan y Florencia Zambrana (Héctor Glos)



2º p.: Barbarossa, Brayer, Brignon, Marconi



2º premio: Martín Pujol



3º premio: Fernando Rodríguez



3º premio: Ana Lucía Zampieri



1º premio: Guido Briones



Mención: Laura Condori Castro



Mención: Ferreiro, Llobera, Roan, Zambrana



Mención: Agustina Gaviglio



Mención: Marcelo Cocchiaro

Concurso 24. CREATIVIDAD PARA EL ÉXITO

Alumnos de la asignatura Campañas en Punto de Venta (Publicidad, 1º año)

Primer premio: Andrés Briganti y César Castiblanco

Segundo premio: David Gomez, Laura Mejía y María Camila Villegas

Tercer premio: Diego Gesang, Alexandre Laybauer y Stephanie Taylor (Prof. Alejandro Guarrera)



3º premio: Ceppi, Dente, Fernández, Pérez Varelo



Mención: Agustina Gamalero



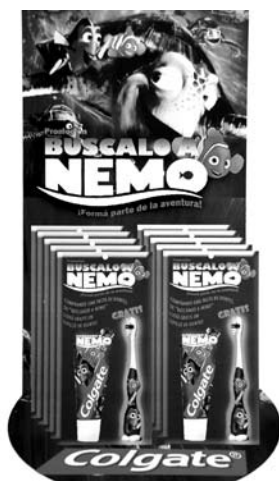
Mención: Eduardo Masotto



1º premio: Andrés Briganti y Cesar Castiblanco



2º premio: Gomez, Mejía, Villegas



3º premio: Gesang, Laybauer, Taylor

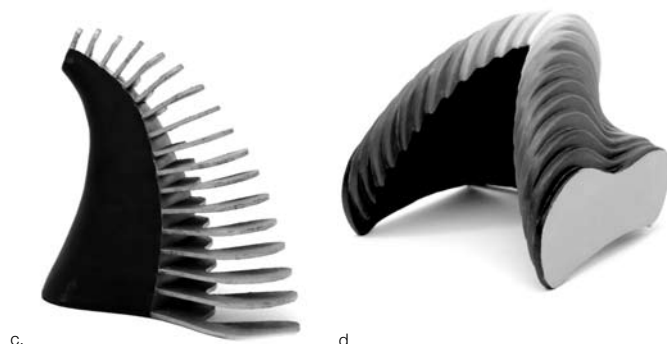


Concurso 55. LINEAR, LAMINAR Y VOLUMETRICO

Alumnos de la asignatura Taller de Producción 1 (Diseño Industrial, 1º año)

Primer premio: Gabriel Lee (c.) (Prof. Marcelo Cioffi)

Segundo premio: Francisco Javier (d.) Vispo (Prof. Pilar Diez Urbicain)



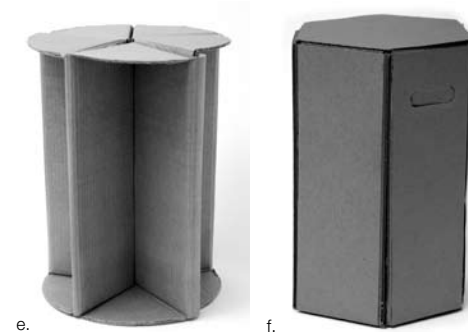
c.

d.

Concurso 47. ACCION Y REACCION

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

Primer premio: Flavio Aquino (e.)
Mención: Maral Arslanian (f.) (Prof. Damián Martino)



e.

f.

“Los diseñadores tienen que hacer objetos bellos que satisfagan necesidades y no que las creen”

Opinó Rosario Cota Mantilla, de la revista Plan D, en las Jornada de Diseño de interiores “Evolución, tendencia y nuevos negocios”, organizadas junto a DArA el 3 de julio

DESIGNO ILLUMINOS
by designstudio

REMADE
IN ARGENTINA

PlanDeco

VONHAUS

DAR A
Decoradores
Argentinos
Asociados



Rosario Cota Mantilla (revista Plan D) y Dolores Vidal (suplemento Mujer del diario Clarín)

La apertura estuvo a cargo de **Mónica Scheinfeld**, de Decoradores Argentinos Asociados, quien presentó la Jornada y comentó: “DArA es una institución sin fines de lucro que tiene el objetivo de promover y desarrollar el diseño de interiores y la decoración”.

La primer disertante fue **Angélica Campi**, arquitecta, el tema de su charla fue la evolución del uso del espacio interior. Marcó tres momentos paradigmáticos en la transformación del espacio doméstico: “En los palacios estaban separados la parte social de los servicios (baño y cocina), los cuales eran considerados espacios no deseados, no se veía con agrado mostrarlos”. A partir de la década del '70 explicó que se le comienza a dar más importancia a la cocina y al baño desde el diseño y la decoración. Van apareciendo en estos espacios otros materiales y elementos como el acero inoxidable, el mármol, el vidrio y el cemento.

Luego la arquitecta **Mónica Cohen** habló sobre las propuestas y tendencias en Milán 2008. La feria de Milán es la más importante del mundo donde se dan cita los diseñadores más reconocidos para presentar sus creaciones. Hizo referencia a la revista de diseño Interni y al proyecto que llevaron a cabo en Milán donde convocaron a artistas para que realizaran instalaciones inspiradas en el concepto de energía renovable y en la estética eco-sostenible. Participaron el diseñador Philippe Stark, quien diseñó un generador personal de energía; Ross Lovegrove, inspirado en las formas orgánicas de la naturaleza, hizo paneles solares que alimentan la iluminación de leds. Toshiyuki Kita creó paneles solares de energía natural capaces de transformarse en electricidad o calorías sin producir contaminación. Finalizando su charla comentó acerca de ReMade in Argentina: “Es un programa que existe desde el 2006 cuyo objetivo es desarrollar novedosos productos de excelencia y de bajo impacto ambiental”.

El arquitecto **Eduardo Aldacour** presentó el proyecto que realizó para Casa FOA en el 2003, una obra de un baño público. “Después de llamar varias veces pude participar en FOA, mi primer proyecto fue la realización de un baño público de hombres. Fue un gran desafío, sobre todo porque era un espacio que la prensa no cubría, entonces tenía que pensar

qué hacer para que se publique un inodoro en primer plano. Se me ocurrió convertirlo en una galería de fotografía, invité a tres fotógrafos a que expongan en cada uno de los box. Los temas que elegimos para las fotos fueron: lo íntimo y público, el acto de ir al baño y trabajos en la calle”. Y agregó: “Las cosas chicas a veces dan muchas satisfacciones, este proyecto me cambió la profesión y me permitió insertarme en un nuevo espacio. Participar en muestras es muy importante, es el lugar y el momento para hacerse ver”.

A continuación la arquitecta **Paula Herrero**, ganadora de la beca DArA 2007/Casa FOA, habló acerca de su participación y modo de trabajo. El concurso consistió en presentar una propuesta de un comedor con bodega para el espacio Estación Palermo, que fue utilizado durante varios años como depósito vitivinícola.

“El concurso, a nivel laboratorio, es una experiencia muy valiosa, es un esfuerzo enorme que tiene una valorización inmensa”.

Sobre la creación de la idea comentó: “Desarrollamos la búsqueda de los atributos y cualidades que definían al espacio, nos conectamos con las sensaciones que sugiere, los usos y su función. Es muy importante trabajar desde las sensaciones, y que el espacio tenga un guión y una historia. Una vez que planificamos el concepto surgió la estética y el desarrollo”. Se creó un espacio teatral, con la mesa como protagonista y la bodega emplazada escenográficamente.

La segunda parte de la Jornada continuó con la exposición del artista plástico **Diego Alexandre**: “Soy un artista plástico que ha coqueteado con el diseño. ¿Cuál es la diferencia?, el diseño piensa en la utilidad del objeto y el artista en el contenido de lo que quiere expresar”.

Contó que cuando piensa una idea, no busca que sea algo funcional, cómodo y práctico, sino que trata de buscar los materiales para que no sea imposible llevarla a cabo: “Me interesa la idea del arte como objeto de uso, por eso trato de que pueda ser usado por la gente, pero nunca voy a pensar en eso como primer punto, lo que me moviliza pasa por otro lado”.

Este año presentará unos zapatos en la bienal, se trata de zapatos para el aire libre que en la parte trasera tienen dos dispositivos: uno para repeler insectos con ultrasonido, y otro con un foco de luz: “Para mí es muy importante el juego, es lo que logra cambiar la rutina”.

Rubén Ansel dio una charla sobre la evolución de la iluminación. Sobre su formación comentó que fue de manera autodidacta y que armó su estudio a través de distintos trabajos de diseño de iluminación.

“¿Para qué estamos iluminando? -se preguntó- para poder ver, iluminar cuando se acaba la luz del día. Es un hecho cultural, el hombre busca expandir el día”.

Sobre la parte técnica dijo: “Usamos aparatos del mercado y otros que nosotros mismos creamos. La iluminación puede variar, ser fuerte o intensa, puntual o expandida. Los niveles de iluminación del ambiente no tienen que ser muy desparejos, porque sino encandilan. El iluminador reconfigura el espacio, modifica la percepción del mismo”. Explicó que para encarar una iluminación, el primer paso es planificar según el espacio, luego elegir la lámpara y por último el aparato de luz: “Hay aparatos de muy buen funcionamiento que se ocultan, y otros de muy buen diseño que se exhiben”.

La diseñadora de interiores **Laura Ocampo** habló acerca del reciclado, la refuncionalización y la puesta en valor de los objetos: “La idea es poder darle una nueva función y revalorización a los objetos, sumándole gracia y calidad”.

La Jornada cerró con una mesa redonda compuesta por **Rosario Cota Mantilla**, de la revista Plan D, **Dolores Vidal**, periodista especializada en diseño del suplemento Mujer del diario Clarín y los moderadores **Claudia Traversa** y **Fernando Domínguez** de DArA.

Con respecto a cómo hacer para que los diseños salgan publicados en los medios, Cota Mantilla dijo: “Haciendo cosas buenas y lindas”. Y Dolores Vidal agregó: “Es fundamental estar en los lugares que cubre la prensa, lo que es interesante llega y se refleja en nuestras páginas. Siempre puse el foco en los diseñadores y en los decoradores y no en las empresas”.

Con respecto al estilo Dolores opinó: “La gran expresión del S. XXI es el estilo de vida, uno se viste con el mismo estilo que decora su casa y el lugar que elije para irse de vacaciones, todo está relacionado”.

Sobre tendencia, Cota Mantilla comentó: “La moda es lo que tenés al lado, el mundo ya no mira afuera, sino lo que tiene más cerca. Los diseñadores tienen que hacer objetos bellos que satisfagan necesidades y no que las creen”.



Mónica Scheinfeld, Decoradores Argentinos Asociados



Angélica Campi, arquitecta



Diego Alexandre, artista plástico



Rubén Ansel



Laura Ocampo, diseñadora de interiores



Fernando Domínguez y Claudia Traversa, DArA



Mónica Cohen, arquitecta



Eduardo Aldacour y Paula Herrero, arquitectos

“El agua se puede catar ya que genera diferentes sensaciones de volumen, peso, efervescencia y persistencia”

Expresó Elisa Pozzi de aguas San Pellegrino en la Facultad

El 2 de octubre se realizó una nueva edición de Rincón Gourmet: Aguas: La joven tendencia. Se organizó junto a Catas y Maridajes Consultora.



La apertura estuvo a cargo de **Nury Marandet**, asesora de Imagen Gourmet de Catas y Maridajes, junto a **Guillermo Salerno** y **Daniel Costantino** de la empresa Tesoro de la Patagonia. Nury comentó acerca del resurgir del agua: “Comienza a establecerse en el mundo un mercado de aguas premium, que no está dirigido al mundo masivo. Las tendencias del agua premium son aquellas aguas que se extraen de lugares remotos, de difícil acceso a los manantiales. Las mismas son utilizadas para degustar el buen vino. Se introduce al mercado a través del packaging. Los creativos buscan dar a conocer el producto con un buen embotellado y se pueden encontrar en lugares exclusivos”. Sobre la degustación del agua dijo: “Son catas prolongadas para paladares exclusivos, un especialista en agua puede detectar la procedencia, si es de glaciares, iceberg o de lluvia”.

Luego **Guillermo Salerno**, Presidente de Tesoro de la Patagonia, comentó acerca de los inicios de la empresa: “El proyecto fue creado por casualidad, compramos un campo en Neuquén para cultivar frutos rojos y tenemos otro en Chubut que cuenta con una cantidad de agua muy importante. En un principio, nuestra idea fue utilizar el agua para riego, luego pensamos en la idea de elabo-

rar aguas saborizadas con frutos patagónicos. Recorrimos bares de agua, nos contactamos con distribuidores de bebidas, observamos los precios de góndolas y probamos como 100 tipos de aguas de todo el mundo. Tuvimos que modificar el color, el sabor y el aroma”

En el momento de negociar con las aguas del resto del mundo, destacamos la pureza del agua de la Patagonia y comparamos la contaminación que posee el viejo continente. Argentina tiene el mayor reservorio de agua, podemos abastecer a todo el mundo. Nuestra experiencia en el exterior, al preguntar que saben sobre Argentina, nos responden Maradona, tango y la Patagonia. Nuestra empresa tiene 9 meses de vida y por lo menos una vez al mes nos ofrecen comprar la marca”, concluyó diciendo.

A continuación **Miguel Ángel Reigosa** y **Sergio Druetta**, de la empresa de agua para whisky William Wallace, dieron una charla sobre su producto: “Nuestra planta se encuentra en Santa Fé. Soy la tercera generación de soderos en mi familia. Nuestro proyecto tiene un año, está planeado para el mercado Escocés. El whisky es una bebida que requiere reducir la graduación alcohólica, al bajar la concentración del alcohol, se despiertan

sabores y aromas. Ya se realizó la presentación del producto en la Fiesta Nacional del Whisky y se ha diseñado el packaging para exportar el producto”, comentó Sergio Druetta.

Por último, **Elisa Pozzi** de San Pellegrino Market Development Manager para el Cono Sur, habló sobre la calidad de las aguas: “Son aguas minerales naturales Premium de alta gama. Hay 2 tipos de agua, la San Pellegrino y la Acqua Panna. Estamos en más de 100 países en el mundo”.

Con respecto a la gastronomía expresó: “El agua es un elemento que acompaña. El sommelier es el responsable de todo tipo de bebidas, no sólo de los vinos, sino que también recomienda con qué agua acompañar a los platos y vinos. El agua se puede catar ya que genera diferentes sensaciones de volumen, peso, efervescencia y persistencia. Al agua se la puede diferenciar tanto visualmente, como por su olor y gusto”.

Sobre como complementarla con la comida comentó: “Con respecto a los distintos tipos de platos, se recomienda agua con gas cuando los sabores son más fuertes, en cambio, para los sabores delicados se recomienda agua sin gas”.

A continuación se mostró un menú con distintos platos y el agua que se recomienda para cada uno. **Natalia Golán**, Chef ejecutivo de Sabores del Chef Catering, recomendó acompañar con carnes o risotos agua con gas, y las frutas y verduras con agua sin gas.

Como cierre se ofreció una degustación a cargo de Sabores del Chef Catering. También se pudo degustar agua de San Pellegrino y Acqua Panna.



Elisa Pozzi (San Pellegrino y la Acqua Panna)



Daniel Costantino, Guillermo Salerno (Tesoro de la Patagonia) y Nury Marandet (Catatas y Maridajes)



Sergio Druetta (William Wallace)

“Nuestra propuesta está en relación a la flexibilidad, la innovación, la cercanía y la calidad del servicio”

Dijo José Pulido de la empresa Telmex en la Facultad

El 18 de septiembre se llevó a cabo Rincón Gourmet: México: Imagen y Sabores, organizado junto a El Charro Negro. La apertura la realizó Francisco de La Torre Galindo, Jefe de Sección de Asuntos Políticos y Económicos de la Embajada de México, junto a José Pulido, Director de Recursos Humanos de Telmex.

Francisco de La Torre Galindo inició su conferencia definiendo el significado de la palabra México: “El centro del ombligo de la luna, tiene que ver con la fertilidad y el erotismo que encontraban los Aztecas” y luego comentó: “México siempre tuvo conflictos con su independencia, con los ingleses, los franceses, con Estados Unidos, a quienes le tuvimos que ceder la mitad de nuestro territorio. Por esta razón nuestro himno es muy bélico, eso es lo que nos dejó nuestra historia. Este año se cumplió 198 años de la independencia mexicana”.

José Pulido de la empresa Telmex contó que hace 4 años trabaja en el contexto internacional: “Yo elegí venir a la Argentina, es un desafío. En la empresa trabajan más de 160 mil personas.

Operan en México, Argentina, Uruguay, Chile, Estados Unidos, Brasil, América Central, Colombia, Ecuador y Perú. Los valores de la empresa están basados en un código de ética”.

Telmex es la 3° Compañía de Argentina, con aspiraciones a ser la empresa más importante con el sello mexicano: “Lo que comunicamos es gente con gente” comentó José, al contemplar la importancia del valor humano en la empresa.

“Se busca establecer relaciones a largo plazo tanto con los clientes como con los empleados. Nuestra propuesta está en relación a la flexibilidad, la innovación, la cercanía y la calidad del servicio. La ética es servicio. Sin clientes no hay empresa que sobreviva. Buscamos personal calificado, invertimos en capacitación”.



Patricia Núñez, de la empresa de catering mexicano El Charro Negro, junto a dos disertantes mexicanos del Grupo Gibraltar, **José Fernando García Alfaro** y **Joel Zavala Esquivel**, mostraron una presentación sobre el Tequila: “El tequila es blanco, reposado y añejo. Sólo se produce en Jalisco, México. Este producto lleva una denominación de origen. Para que podamos exportar nos regula el Consejo Regulador del Tequila”.

Comentaron que están promoviendo una nueva imagen del tequila en la que se combinan cócteles con limón, naranja, pomelo, mucho cítrico, hielo y una pizca de sal.

Con respecto al mito de que todo plato mexicano pica, Patricia respondió: “Hay platillos que no necesariamente pican, como los alambres de carne, las quesadillas, los tacos. No necesariamente todos los platos deben llevar chile”.

Luego se invitó al público a que degustaran platos típicos realizados por el Charro Negro, empresa de catering mexicano. Se realizó también una degustación de tequilas y estuvo presente el grupo Mariachi Hernández.



Francisco de La Torre Galindo (Embajada de México) (izq.) y José Pulido (Telmex)



Patricia Núñez (El Charro Negro), José Fernando García Alfaro y Joel Zavala Esquivel (Grupo Gibraltar)



Grupo Mariachi Hernández

“Lo más importante de crecer como actor es hacerlo como artista: investigar, aprender y crear”

Expresó Roberto Carnaghi en 5 Días de Teatro y Espectáculo en la Facultad



Del 1 al 5 de septiembre se realizó 5 Días de Teatro y Espectáculo, Imagen en Escena, dedicados a la reflexión del hecho escénico y protagonizadas por destacados profesionales. Cada día estuvo dedicado a una temática diferente abarcando distintas problemáticas que preocupan a los hacedores del Espectáculo. En este encuentro asistieron personas relacionadas al quehacer artístico: estudiantes, artistas jóvenes y profesionales de las distintas áreas trabajadas.

El evento fue organizado por Natalia Pezzi, Emilce Puyada, Alejandra Gargiulo, Emilia Escaris Pazos, Julia Camejo y Julieta Fernández Riachi, estudiantes de la Licenciatura en Diseño de Espectáculos y coordinado por Alcira Serna. Este es el 6º ciclo, se realiza una vez por cuatrimestre en forma ininterrumpida desde 2006.

La apertura fue acerca de la reflexión sobre el Actor frente a la interpretación. Procesos de creación. Los actores trabajaron desde sus visiones y experiencias para mostrar sus procesos en el trabajo de la creación de un personaje.

Luciano Cáceres dio una charla sobre la *Composición de un personaje* y comentó: “Soy un gran observador y voy robando para llevarlo a mi profesión, soy muy curioso. Para encontrar un personaje muchas veces utilizo objetos que me sirven para acomodarme y guiarme aunque después no estén en la obra. En el proceso necesito tener confianza con el director con el que estoy trabajando para entregarme. Soy un actor que necesita ser dirigido, sino no me organizo. Soy muy obediente de lo que me dice el director, se genera un trabajo dialogado, necesito hablar tanto de lo que va como de lo que no va”.

Por su parte **Laura Novoa** dio una conferencia sobre *Puntos de partida para el proceso de creación del personaje*, expresó: “El proceso de búsqueda de un personaje es muy diferente en teatro y en TV principalmente por los tiempos, en teatro por lo general se tiene meses de trabajo y de ensayo”. A su vez expresó: “Un actor debe tener el cuerpo y el alma a disposición y ser hipersensible ya que hay que entrar y salir de los sentimientos. Hay algo mágico cuando el personaje encuentra a uno. De lo que trata la actuación es de emocionar y hacer pensar. Los actores tenemos una gran responsabilidad por el mensaje que damos”.

Para finalizar agregó: “Los personajes te dejan entrar en historias que no hubieras entrado naturalmente, pongo todo de mí en un personaje cuando estoy en un escenario soy más yo que nunca, cada personaje nutre”.

Osqui Guzmán, en su charla *El juego. Sus mil formas*, compartió con el auditorio su pensamiento sobre cómo el actor puede nutrirse para construir un personaje: “Tiene que poder leer el comportamiento de la gente, hay que despegarse de las imágenes ya que todo existe y uno puede crear algo novedoso pero no nuevo.

La diversión genera más creatividad y apertura. Si no nos divertimos no pasa nada, en el ensayo hay que jugar para encontrar al personaje y así accidentalmente aparece. La mejor manera de encontrarlo es darle tiempo, nace cuando se estrena la obra, antes es todo prueba y hay que darle tiempo para que crezca en las funciones donde empieza a vivir. El actor debe desaparecer, cosa que es muy difícil”.

Cerró la Jornada **Roberto Carnaghi** con una

conferencia sobre *La interpretación y los diversos géneros* estableció un diálogo con los asistentes: “Cuando comencé los que me guiaban para encontrar a los personajes eran los directores. Lo fundamental es lo que se cuenta con una obra, por eso es tan importante el diálogo con el director y los compañeros”. En cuanto al trabajo del actor agregó: “Lo más importante de crecer como actor es hacerlo como artista: investigar, aprender y crear en los ensayos. Al investigar crece mi imaginación, un actor tiene que ser como la arcilla para poder adaptarse a diferentes épocas, directores y compañeros, eso es fundamental”.

Al referirse al trabajo del actor para los textos clásicos dijo: “Cuando son obras de época es importante investigar sobre ella y los más difícil es entender cómo pensaba ese personaje en esa época. Uno como actor tiene que atreverse a hacer lo que hace el personaje”.

Por último, al hablar sobre la interpretación para la comedia transmitió: “Es mucho más difícil, hay que observar lo que se está haciendo y tener una inteligencia actoral que vaya un paso más adelante. Lo que tiene que hacer reír no es el actor si no la situación”.

El martes 2 se trabajó sobre *Elementos visuales en la escenificación. El espacio escénico* con prestigiosos escenógrafos de diversas visiones estéticas y amplia trayectoria.

En la conferencia *Proceso creativo. Relación director-escenógrafo*, **Héctor Calmet** expresó: “La pre imagen que obtuvimos de la lectura de la obra es la que llevamos cuando nos reunimos con el director, tiramos las cartas y ahí hay una primera decisión, a partir de si coincidimos o no, porque el que manda es el director y ahí vemos qué hacemos. De todas maneras, toda idea que proponemos al director, tiene que ser realizable y posible. Cuando empiezo a diseñar un espacio pienso siempre en el actor y en cómo va a trabajar ese espacio para hacerlo funcional. A parte de la idea uno piensa dramáticamente cómo se va a desarrollar la puesta y colabora en eso con el director para trabajar brazo a brazo con él, no hay otro camino, hay que trabajar muy bien, sobre todo en los ensayos. Participando de los ensayos uno empieza a ver la acción y la intención que tiene el director.”



Héctor Calmet

Norberto Laino al reflexionar sobre *Diferentes espacios escénicos. La relación espectáculo - público*, explicó: “La escenografía debe proponer preguntas y no tiene por qué responderlas, es un lenguaje poético inútil.” Al referirse al momento de creación dijo: “Crear la escenografía es una cuestión de deseo. No hay nada intelectual”. Sobre los espacios no convencionales, expresó: “La técnica se va adaptando a las características del lugar, uno se tiene que convertir en amante de esa sala y utilizar el espacio para el desarrollo escénico. Desde la imagen las propuestas crean el sentido estético del espacio”.

Alberto Bellatti expuso sobre los *Modos de abordaje del trabajo escenográfico*, habló sobre su vivencia y experiencia explicitando: “Mi primer trabajo importante fue la ópera *La Serva Padrona*, a los 21 años. El teatro, en ese momento, me parecía un género menor. Con la obra *El campo* se me abrió un mundo de conocimiento y un lazo que no perdí nunca, hoy tengo 350 obras estrenadas”.

Al compartir su visión sobre su labor dijo: “Es un trabajo en equipo, uno trabaja con el director, el productor, el vestuarista y todos ellos te condicionan”. Sobre el abordaje del trabajo escenográfico expresó: “Va más allá de lo intelectual, tiene que ver con lo que uno va viendo. Hay que estar atento a todo. La mejor escenografía es la que no se ve. Tiene que estar amalgamada al actor, al vestuario. Una silla puede ser la síntesis de todo un proceso. Pero la investigación es fundamental”.

Mariana Tirante en su charla *El diseño y las nuevas tecnologías*, expresó: “Me interesa lo que pasa en el espacio, poder plantearlo de otra manera. Me gusta llevar las cosas al límite. Me interesa el espacio como un todo. Mi diseño comienza por ver donde va el espectador. Me gusta poner en evidencia y exponer el hecho de que es una ficción recreando algo plenamente real. Me gusta mostrar otra cosa, no la cajita teatral”.

El miércoles 3 la reflexión se centró en *Sexo, cabaret y sensualidad. El universo erótico en el espectáculo*. Donde se trabajó desde distintas manifestaciones, experiencias, roles y visiones de los temas que abordan el límite, el deseo y lo oculto.

El día abrió con **Katja Alemann** quien en su charla *Kabaret líquido*, compartió con los asistentes su proceso y experiencia en la creación del espectáculo y su puesta en escena. Expresó: “Retomé la estética del cabaret pero desde un punto de vista similar a como se concibe en Europa, ese género incisivo y ácido, retomando el tema del género con el humor. Esta es una época donde hay mucho miedo a sufrir, sin entrega, sin apertura hacia el otro. Kabaret había sido aleccionador en este que es el espíritu de los tiempos, como antena, canal y vehículo de algo que está sucediendo, teniendo



Alberto Bellatti



Roberto Carnaghi



Laura Novoa



Luciano Cáceres



Osqui Guzmán



Norberto Laino



Mariana Tirante

5 DÍAS DE TEATRO Y ESPECTÁCULO



Katja Alemann

en algún momento algo que decir. Líquido por la fusión de estilos, tenía video, música, acrobacia y canciones. Porque las emociones son líquidas, como cosa expansiva, el amor líquido”.

Alejandro Tantanián, en su exposición *Los sensuales* explicitó: “El punto de partida para el espectáculo fue el novelista ruso Fiodor Dostoievski que permitió elaborar este melodrama con elementos de vodevil y también de tragedia irónica, en el que se habla, sin expresarlo abiertamente, de la moral, del deseo, de las creencias religiosas y de los vínculos destruidos por la mezquindad, la soberbia y el sinsentido. Nuestro trabajo partió del cuerpo y ver cómo podía sostener emociones extremas pero con verdad, fue actuar el melodrama con verdad esa emoción simple y extrema al mismo tiempo, sostener esas emociones extremas en el momento o ser atravesado por ella, los actores que no son cantantes trabajan con la música como emoción sublime, porque la música es emoción, va al pecho. El desafío fue sostener la verdad sin caer en la parodia”.

Mariela Asencio, en su charla *Mujeres en el baño*, aclaró que esta obra es la primera de la trilogía de su autoría: “La idea partió un poco del sentido crítico respecto al lugar de la mujer como objeto. Partiendo de la famosa pregunta ¿qué hacen tanto tiempo las mujeres en el baño? Allí, en el espectáculo, seis mujeres exponen sus fantasías, cambian de sexo, se transforman en estrellas de rock, recitan reggaeton, tiran las siliconas por los aires, cantan, se tocan, se divierten, sufren y bailan en un espacio en constante mutación. Un baño que siempre vuelve a ser lo que es: un espacio habitado por la fantasía y el deseo, la búsqueda y la fatalidad”.

Alejandro Casavalle, al hablar de *Pornodrama II: la exposición de lo íntimo o la muerte del erotismo*, comenzó su disertación reflexionando sobre la venta y oferta constante del sexo como mercancía. Expresó: “Lo pornográfico está inmerso en nuestra sociedad ya que la intervención de la mirada ajena en el mundo íntimo o privado de las personas cada vez es mayor y sobre todo a partir de los nuevos soportes tecnológicos. Lo erótico al hacerse mirada del otro queda fuera de escena y se convierte en obsceno. Este tipo de mirada se ha naturalizado desde los diversos registros mediáticos. Para luego centrarse en la obra donde se muestra esa idea de transacción de venta. Estamos en un mundo de soledades, perdemos el sentido de la mirada, nos creemos todo, esto está relacionado con el goce. En la obra, lo pornográfico pasa a segundo plano, hay una historia que funciona como una mayor reflexión acerca del tema”.

El cierre estuvo a cargo de la actriz y performer **Josefina Lamarre** quién compartió con el público su espectáculo, aún inédito, *Melancolía erótica*.

El jueves 4 el tema fue *De la trama a la Pantalla. La construcción de la Ficción*. Se trabajó desde las experiencias de los profesionales que día a día construyen la ficción en argentina hoy.

El tema se abrió con **Carla Argañarás** quien habló sobre la importancia de la evolución tecnológica. Explicó: “Hay que agregar el concepto de innovación a la creación; y de entender a la tecnología como herramienta de trabajo.” En este aspecto señaló que “se vive el cambio de lo analógico por lo digital” ya que “... la TV se encuentra afectada por los nuevos conceptos e



Alejandro Tantanián

ideas de expresión de lo ficcional” Puso en primer plano el cambio de nombre de ficción por contenidos: “La ficción es un componente importante sobre las herramientas de contenidos.”

“No solo importa el público, sino el formato de la ficción. Ya que la ficción es una realidad virtual.” Continuó **Adriana Lorenzón** con su exposición sobre *La trasposición de un clásico a la Argentina contemporánea*. La autora de *Un amor, una venganza: Montecristo*, compartió su experiencia para este trabajo: “Todo lo que se hace en televisión es la adaptación de algo antiguo. El caso puntual de Montecristo, comenzó como una propuesta para Telefé, donde suelen pedir trajes a medida, esto es primero una figura y luego una historia. En este caso había que escribir para Pablo Echarray. Luego apareció la idea de la venganza”.

En relación a la elección de la obra literaria Montecristo Comentó: “Además de ser un clásico, tiene todos los elementos que el género de la telenovela necesita”.

Cerró el día **Pablo Cullel**, para hablar de *Una ficción diferente* y entrevistado por María de los Ángeles Ruiz Díaz. El productor habló de su labor en la exitosa tira Lalola. Explicó: “hay una apertura hacia otro tipo de géneros. El humor puede ser un tamiz, porque desde el humor tiene otra magia. El público se quiere identificar y también soñar. No por eso dejan de pensar”. Con respecto a la exportación de formatos y a la adaptación a los modismos de cada país expresó: “Una cosa son las palabras y otra la manera de hablar. Es difícil que comprendan nuestro humor afuera.” Habló de que a la hora de hacer una adaptación de formato “los sentimientos son los mismos, cambian las costumbres”.

Ante la inquietud del público sobre si es necesario vender primero en Argentina para luego vender afuera, Cullel respondió que “es importante para la venta internacional prevender.” Ya que “en Argentina se producen pilotos de gran calidad, incluso calidad cinematográfica.” Pero “Nadie tiene la fórmula del éxito, si no sería un fracaso. Sólo el fracaso se puede explicar, no el éxito.”

El viernes 5, se trabajó sobre *Opera: Arte y pasión*. Participaron distintos representantes del género en la actualidad y expresaron sus ideas acerca de los diversos roles dentro del espectáculo

La Jornada inició con **Alejandro Atias**, Reggisseur y Productor de ópera, quien en su charla *Operación Opera: La producción operística* se centró en su trabajo como productor. Comenzó situando la ópera hoy, expresó: “La gente no tiene conciencia, pero está todo el día escuchando ópera, en la tele, por ejemplo, es cada vez más común, en publicidad sobre todo”. Al referirse al rol del productor dijo: “Producir ópera en Argentina es muy difícil, en general siempre hay pérdida económica. Un productor debe ser astuto, seducir al producto, tiene que hacer una puesta en escena para vender el producto y conseguir los recursos y el apoyo”.

Para finalizar expresó que para él todo este trabajo tiene sentido: “La pasión de la ópera se asemeja a la pasión del fútbol, esa es la dimensión del sentimiento que provoca y la gente tiene derecho a conocer el espectáculo operístico y decidir si le gusta o no, por lo menos una vez en la vida, de eso estoy convencido”.



Mariela Asencio

Alicia Gumá abrió su charla *El vestuario como expresión del drama lírico* hablando sobre la importancia de la formación académica en estas profesiones. Sobre su forma de trabajo transmitió: “Mi abordaje de un texto dramático tiene tres momentos: el análisis kinético, sólo las acciones, el análisis poético, lo que quiso decir el autor, y si es una ópera, el análisis musical; busco dentro del texto todo lo necesario para la realización de mi trabajo. Hay otra instancia que es la investigación, tanto del autor y de su época, como de la época en la que fue escrita la obra, si coincide o no con la toma de partido que decidió el director y sino es así, si se realiza una traslación de época, si es fundamentada y se puede sostener. Toda esta indagación nos ayudará a la hora de traducir todo en términos gráficos-expresivos. Trato de contenerme, dejar que la idea madure, trabajo en profundidad, sostengo la ansiedad. Experimento y busco, con colores, texturas, desde lo visual, decido si voy a trabajar por oposición, por contraste, por analogía, si voy a fundirme o no con la escenografía; expresando en lo plástico toda la impronta. Cuando realizo los bocetos es porque la idea ya está madura y puedo prever problemas que pueden surgir en la realización”.

Y agregó: “La pasión se pone en juego y más en grandes producciones operísticas, donde a veces hay hasta trescientos personajes que vestir, es acá donde pueden surgir problemas y estrés en los talleres. Pero siempre se trata del compromiso con la obra y con la política teatral”.

Para cerrar el ciclo **Víctor De Pilla** dio una conferencia sobre *La ópera detrás del telón*, expresó: “La continuidad es fundamental en el diseño escenográfico, hay que tenerla en cuenta de principio a fin”. Al referirse a los tipos de escenografía para ópera explicó: “Son tres conceptos los utilizados para la realización de escenografía: el telonero, donde la escenografía está realizada mediante la superposición de telones de diferentes y variados tamaños; corpórea, realizada con practicables de distintos tamaños que se colocan sobre el disco giratorio del escenario del teatro; y la de abstracción espacial, realizada primordialmente con cambios de iluminación y elementos de utilería”. En cuanto a la iluminación aclaró: “Es fundamental, tanto para el vestuario como para la escenografía, y hay que tenerla en cuenta. El trabajo en equipo es importantísimo ya que una mala iluminación puede arruinar nuestro trabajo, y en el caso opuesto, un buen diseño lumínico puede hacer que todo el conjunto visual quede amalgamado y el espectáculo se vea como una totalidad”.

Héctor Calmet, Norberto Laino, Alejandro Casavalle y Carla Argañarás son docentes regulares de la Facultad de Diseño y Comunicación UP. (Alcira Serna)



Víctor De Pilla



Alejandro Casavalle



Josefina Lamarre



Carla Argañarás



Adriana Lorenzón



Pablo Cullel



Alejandro Atias



Alicia Gumá

“En lugar de por qué bloggear, habría que preguntarse por qué no hacerlo”

Expresó Alec Oxenford en la Facultad

El 20 de agosto, por tercer año consecutivo, se realizaron las Jornadas de Weblogs: Día de Weblogs 3.0. Comunicación en Escenarios Online donde expertos en medios sociales y profesionales del ámbito online expusieron ideas, perspectivas, y enfoques sobre las posibilidades de las nuevas tecnologías en la comunicación de las empresas.



Luego de la apertura a cargo de **Matías Dutto**, Director de Comunicación Online, **Alec Oxenford**, CEO y fundador de OLX.com, dio una charla acerca de Emprendedores y Bloggers.

Su blog es acerca de tecnología y entrepreneurship: “Aunque me representa, está enfocado a cubrir las necesidades de otros. Tengo un promedio de 10 comentarios por artículo. Lo que publico lo hago con mucha pasión y eso se ve que genera algo”. Y agregó: “La mayoría de las personas llega a mi blog por una búsqueda que realiza en google. El mundo está cada vez más conectado, yo escribo mi blog para el mundo. Sobre cualquier cosa que uno escriba siempre hay alguien interesado en leerlo”.

Luego hizo un listado de las razones por las cuales es importante bloggear: “Para ayudar a otros, compartir ideas, reflexiones, sentimientos. Por un impulso de dar a conocer mi punto de vista, para hacer amigos y para divertirme. Pero lo que más me gratifica es ayudar a otros a través del blog”.

Santiago Bilinkis, es CEO de Stap Latinoamérica y creo hace 24 años, junto a su socio, Officent, una empresa encargada de vender productos de oficina por Internet y por telefónica: “Somos una empresa totalmente abierta a la comunidad, además del blog corporativo, mi socio y yo tenemos uno y el área de marketing y de recursos humanos tienen el suyo”, comentó Bilinkis.

Hace 20 días creó su blog personal y ya tuvo 5 mil visitas: “De esta manera llego a más gente que en todas mis charlas, ya tuve 12 mil lecturas de 20 países distintos. Llegar a lugares insólitos e insospechados es una experiencia absolutamente fascinante”. Sobre el universo del blog dijo: “Antes de bloggear hay que conocer la blogosfera, uno no puede escribir sino leer”. Y concluyó declarando: “Mi sorpresa más grande es que ninguno de mis amigos me lee”.

Se realizó una mesa redonda sobre Social Media, Blogs corporativos y Redes sociales en la que participaron **Leandro Santoro** de Psicofxp.com, **Juan Pablo Sueiro**, Comunicación & PR. de Sonico.com, **Matías Dutto**, comunicación Online Social Media, SocialSnack.com, **Juan Pablo Lanteri**, Blogging Evangelist Keegy.com y **Martín Kogan**, BizDev Director -MySpace Argentina & Chile MySpace. La charla estuvo moderada por Lorena Amarante, marketing de Despegar.com y marketing de Latam.

Juan Pablo Lanteri dijo: “Lo esencial es tener un blog que hable de los valores de la compañía. Lo que la gente busca en Internet es conocimiento. Un blog sirve para tener conversaciones con los clientes y ofrecer conocimiento” y sobre la participación expresó: “Nuestra voz tiene el mismo peso que la de un diario, hay que animarse a entrar a una conversación”.

Luego Juan Pablo Sueiro explicó la importancia de la Social media: “Creo que lo más interesante al entrar a un diario online es leer los comentarios de la gente. El término Social Media es mucho más

abarcativo que sólo estar en una red social. Yo escribo, vos me lees, comentás y yo te replico”.

A continuación Martín Kogan hizo referencia al auge de las redes sociales: “En todas partes se habla de redes sociales, todos quieren hacer algo. Hoy es el tema del momento. El principal concepto en el que se basa la web 2.0 es la conversación. Nuestro modelo de negocio es darle al usuario algo especial para que pueda participar de algo novedoso”. Y sobre las marcas dijo: “El consejo que les daría es que hablen con las agencias que tenemos muchas propuestas interesantes para ofrecerles”.

Matías Dutto habló también sobre las marcas: “Donde está la audiencia tiene que estar la marca y eso ocurre en las redes sociales. Se debe construir una marca como medio, utilizando todo lo que dan las redes sociales”.

Leandro Santoro, por su parte, explicó el rol de los foros: “Nosotros tenemos el foro hace 8 años, las empresas decidieron participar y hoy en día sigue ocurriendo”.

Los comentarios de la gente en el foro tienen mucho más peso que una nota en el diario más importante del país”. Sobre el tema controles dijo: “Es imposible controlar la comunicación, en un foro hay reglas e interés en mantenerlo limpio”.

A continuación se organizó una mesa redonda sobre ideas para pensar la nueva Internet, donde estuvieron como invitados **Gemán Herebia**, Director regional de FOX Networks, **Marcos Foglia**, Director de New Media Grupo Clarín, **Marcos Stupenengo**, Director de Operaciones Argentina YouTube, **Francis Petty**, Gerente de Marketing de La Nación y **Antón Chalbaud**, Chief Revenue Officer de Sonico.com.

Francis Petty hizo referencia a los cambios comunicacionales que produjo el blog como herramienta: “La información cambió, antes era unidireccional, hoy son notas abiertas, post moderadas. La gente opina y forma parte de la noticia”.

“La ventaja es que la segmentación es cada vez más definida, puedes dirigirte a hombres, solteros, de 30 a 50 años, clase BCD, afines a la tecnología, todo es cada día más específico”. Y con respecto al rol de la agencia agregó: “Deberían entender que lo que importa es que cambió el tiempo en la audiencia. Antes una persona pasaba determinado tiempo frente a la TV o con la radio, ahora parte de ese tiempo va dirigido a la red. Naturalmente esto conlleva una migración de la pauta publicitaria. Además el tiempo en web se mide de forma diferente. Todo es cuestión de tiempo”.

Marcos Foglia habló acerca de las marcas: “Se debe trabajar en forma conjunta con las marcas anunciantes para que aprendan a utilizar la herramienta y vean los beneficios que les ofrece”. Sobre la plataforma YouTube Marcos Stupenengo explicó: “YouTube sólo se maneja desde los países donde tiene base, para América Latina es en México, pero por ahora no estamos generando contenido”.

Sobre el tema Germán Herebia opinó: “La red hoy resuelve problemas cotidianos, es una puerta de acceso. Sabe qué hacemos, cuándo y cómo. A su vez genera contenidos y es parte de la empresa” y agregó: “La forma de pensar de un usuario de red social es distinta a la de un navegador de Internet. Está más tiempo en el site, muestra su intimidad, es interactivo, es parte y comparte”.

Sobre la diferencia de las redes sociales y otras páginas Antón Chalbaud comentó: “El engagement en una red social es alto, es la ventaja que tiene ante una página normal”.

La última mesa redonda del día fue sobre Empresa 2.0, experiencias en Argentina, donde participaron **Juan Carlos Lucas**, Director Innova Consulting, **Leo Piccioli**, Director General Officenet Argentina y **Joel Chornik**, Director General El Server.com. Juan Carlos Lucas dijo: “Enfrentamos un cambio paradigmático en management, una organización no podrá ser una oferta 2.0 si tiene una compañía 1.0. El management 2.0 implica una visión estratégica, contar con líderes como anfitriones, tener un blog que funcione como una comunidad de aprendizaje y líderes como coaches estratégicos”. Y sobre los beneficios del blog dijo: “Es público, buscable, facilita la comunicación global y la creación de identidad”.

Sobre esta herramienta Leo Piccioli opinó: “El blog es un canal de comunicación donde escriben muchas personas, en cambio en papel sólo lo hace una”.

“Hice el blog corporativo porque creía que teníamos que mostrar más a Officenet, quiénes somos y qué hacemos para poder así diferenciarnos. En los blogs transmitimos contenido a dos públicos distintos, en el de Officenet sobre la empresa y en el mío sobre quién es Leo Piccioli, por eso decidimos lanzar dos blogs distintos”. Y por último dijo: “Mi objetivo es generar más participación de la gente de la compañía”.

Cerrando el debate Joel Chornik expresó: “Estamos en un entorno de comunicación completamente nuevo”. Y comentó una nueva forma de trabajo que implementaron en su empresa: “Creamos el concepto de lo que llamamos Ideas a la carta, corrimos el riesgo de comunicarle a la competencia lo que hacemos y vamos a hacer en un futuro, y sin embargo fue una alternativa muy positiva”.

Como cierre de la Jornada distintos equipos de trabajo presentaron sus proyectos, estuvieron presente **Víctor Calvello** (popego.com), **Arthur Madrid** (Wixi), **Juan Pablo Lanteri** (keegy.com), **Jorge Gobbi** (Global Voices), **Federico Pisone** y **Marta Repulli** (campañas de prevención de SIDA/VIH), **Mariano Pasik** (lapruebadelabicileta.com), **Guillermo Lutzky** (ORT), **Diego Basch** (flaptor.com), **Cristian Ventura** y **Emiliano Mettini** (likexo.com), **Rodolfo Llanos** de (soloingles.com) y **Agustín Pallotti** (geelbe.com), entre otros.

diseño&comunicación

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

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

www.palermo.edu



Alec Oxenford, OLX.com



De izq. a der. Martín Kogan, MySpace; Lorena Amarante, Despegar.com y Leandro Santoro, Psicofxp.com



Santiago Bilinkis, Stap Latinoamérica



Matías Dutto, Comunicación Online



Marcos Stupenengo, YouTube (izq.) y Gemán Herebia, FOX Networks,



De izq. a der. Juan Carlos Lucas, Innova Consulting; Leo Piccioli, Officenet Argentina y Joel Chornik, El Server.com



De izq. a der. Francis Petty, La Nación; Antón Chalbaud, Sonico.com y Marcos Foglia, New Media Grupo Clarín