

SUMARIO

- ▷ Actualidad y futuro de los medios publicitarios: 6º Jornadas de Planificación Estratégica de Medios Página 2
- ▷ Rincón Gourmet: Agua: La joven tendencia Página 2
- ▷ Diseño y negocio del calzado: 10º Jornadas de Diseño Textil y de Indumentaria Página 2
- ▷ Fashion Lab: Estilismo y fotografía de moda Página 2
- ▷ Workshop: Revista 90+10 / Corel Draw Página 2
- ▷ Imagen, contenidos y tecnologías: 1º Jornadas de Comunicación en MultiMedios Página 3
- ▷ Festival de Cine y Video Latinoamericano Buenos Aires 2008 Página 3
- ▷ Ciclo de charlas: Search Marketing y nuevas tendencias online Página 3
- ▷ Estudiantes DC online. Septiembre 2008 Página 3
- ▷ Reseña 2º Seminario de Marketing de Buscadores 2008 Página 4
- ▷ 38 talleres de computación gráfica Página 4
- ▷ Reseña 10º Jornadas de Cine y TV 2008 Página 5
- ▷ Creaciones de estudiantes premiados: Marcas. Cuentos. Revistas. Texturas. Estampados. Afiches. Estampillas. Tipografías Concursos 1º cuatrimestre 2008 Páginas 6 y 7
- ▷ Reseña 9º Jornadas de Diseño Textil y de Indumentaria 2008 Páginas 8 y 9
- ▷ Reseña 2º Seminario de Responsabilidad Social Empresaria 2008 Página 9
- ▷ Nuevos profesionales de Diseño y Comunicación. Proyectos de Graduación entre febrero y junio 2008 Páginas 10 y 11
- ▷ Reseña Moda en Palermo. Junio 2008 Página 12

Actualidad y futuro de los medios publicitarios

6º Jornadas de Planificación Estratégica de Medios organizadas con la Cámara Argentina de Centrales de Medios

8 de octubre Libre y gratuito



[+ info pág. 2]

Diseño y negocio del calzado

10º Jornadas de Diseño Textil y de Indumentaria organizadas junto a be comunicación

22 de octubre Libre y gratuito

[+ info pág. 2]



Imagen, contenidos y tecnologías

1º Jornada de multimedios organizadas junto al Grupo VI-DA

21 de octubre Libre y gratuito



[+ info pág. 3]

Agua: La joven tendencia

Ciclo Rincón Gourmet organizado junto a Catas y Maridajes



2 de octubre Libre y gratuito



[+ info pág. 2]

Kuliok. Stagnaro. Pietra

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

Este ciclo se lleva a cabo los lunes a las 15 horas en el auditorio de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050, 6º piso, con entrada libre y gratuita. 6 de octubre: **Luisa Kuliok**, 20 de octubre: **Juan Bautista Stagnaro** y 27 de octubre: **Andrea Pietra**.



Luisa Kuliok

Juan Bautista Stagnaro

Andrea Pietra



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

Marcas. Estampillas. Cuentos. Revistas. Afiches. Packaging

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad. Primer cuatrimestre 2008

[+ info pág. 6 y 7]



a.

b.



c.

1º premio compartido. Marcas con proyección: a. Gonzalo Cano; b. Luciana Cavagnola; c. Denise Hermo



1º premio. Creatividad Tipográfica: Analía Meira



1º premio comp. Envasar valor: Belén Bazzolo



1º premio comp. Correo ecológico: Jazmín López Asise



Dossier 20 | Octubre 08. **ÁREA CINE Y TELEVISIÓN DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN.** Estudiantes de Diseño y Comunicación en las instalaciones del Área Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación.



Talleres Open DC. Segunda etapa
Del 20 al 31 de octubre - 11.30 y 17.15 hs
Mario Bravo 1050- Jean Jaurés 932

PARA IR AGENDANDO • NOVIEMBRE 2008

- ▷ 6º Jornadas de Diseño industrial 4 de noviembre
- ▷ Burbujas. Rincón Gourmet 4 de noviembre
- ▷ Cursos de Search Marketing 7, 14 y 28 de noviembre
- ▷ 3 días de Creatividad Publicitaria Del 11 al 13 de noviembre
- ▷ Joyas Lab 12, 19 y 26 de noviembre
- ▷ Ciclo de Eventos Jóvenes Del 17 al 28 de noviembre
- ▷ Moda en Palermo Del 17 de noviembre al 1 de diciembre
- ▷ 9º Seminario de Defensa del Consumidor 17 de noviembre, 19 hs.

Actividades libres y gratuitas. Inscripción: consultasdc@palermo.edu

Actualidad y futuro de los medios publicitarios

6º Jornadas de Planificación Estratégica de Medios organizadas con la Cámara Argentina de Centrales de Medios

8 de octubre de 2008

Libre y gratuito. Mario Bravo 1050, Auditorio



Programa		
10.00	Apertura de la Jornada. Discurso de la CACEM y sus objetivos <i>Ramiro Castillo Marín</i> , CEO South Latin America Havas Media y Presidente de la CACEM	14.15 Presentación de caso: 1º Premio Young Lions Media <i>María Belén Castelli y Juan Martín Strassera</i> , Senior Planners Initiative
10.15	Presentación del "Panorama General de Medios" <i>Analia Barrionuevo</i> , Directora de Research Concept Media <i>Javier Molina</i> , Director de Servicios Concept Media	14.45 Presentación de caso: 2º Premio Young Lions Media <i>Andrés Iglesias</i> , Coordinador de Interaction MindShare <i>Diego Legname</i> , Planificador MindShare
11.15	Presentación de investigación "Convergencia de Medios" <i>Gabriela Kurincic</i> , Directora de Research Havas Media <i>Lorena Cabrera</i> , Directora de Research Initiative	15.15 Presentación de caso: "El auto es la estrella" (Peugeot 206) Sol de Plata FIAP 2008 "Innovación en Medios". Bronze Lion Festival de Cannes 2008 "Media Lions" <i>Guido Righetti</i> , Director de Cuentas Carat
13.00	Break	15.45 Presentación de caso: "Pettinato y el Samsung Freak Mixer" <i>Cristian Guimpel</i> , Director de Medios Digitales Starcom Mediavest Group
14.00	Young Lions Media (Festival Cannes): objetivos, metodología y criterios de elección <i>Fernando Alvarez Colombres</i> , CEO Argentina-Uruguay Initiative	16.15 Presentación de caso: "Estudio VW Gol" <i>Leónidas Gómez</i> , Director de Operaciones MediaCom

Brand Connection • Carat • Concept Media • EPM • Havas Media • Ignis • Initiative • MediaCom • Mediaedge:cia • MindShare • Starcom • Universal Mc Cann

Agua: La joven tendencia

Ciclo Rincón Gourmet organizado junto a Catas y Maridajes

2 de octubre, 18 hs Libre y gratuito. Jean Jaurés 932, Auditorio

18.00	Acreditación
18.15	Apertura: El Resurgir del Agua <i>Lic. Nury Marandé</i> , Asesor de Imagen Gourmet, Catas y Maridajes
18.45	Estrategia y Tendencia Gota Water, Aguas Premiu
19.15	William Wallace. Agua para Whisky <i>Miguel Reigosa y Sergio Druetta</i>
19.30	Tesoros de la Patagonia. Aguas Saborizadas de la Patagonia <i>Juan Salerno</i> , Gerente Comercial
20.00	Cata de Aguas <i>Flavia Risutto</i> , Sommelier especializada en aguas <i>Natalia Golan</i> , Chef de Sabores del Chef Catering
20.20	Degustación a cargo de Sabores del Chef Catering

Cobertura periodística: Revista Industria Bebible, Revista Digital Lounge's



Diseño y negocio del calzado

10º Jornadas de Diseño Textil y de Indumentaria organizadas junto a be comunicación

22 de octubre, 10 hs. Mario Bravo 1050



El 22 de Octubre se organiza la 10º Jornada de Diseño Textil y de Indumentaria, junto a be comunicaciones. La temática en esta ocasión es "Diseño y negocio del calzado". Están invitados reconocidas marcas y diseñadores que compartirán su experiencia entre los que podemos mencionar a **Ricky Sarkany, Nike, Bubble Gummers, Grimoldi, Sofi Martiré Le Coq Sportif, Sylvie Geronimi, Tango Brujo** y una mesa conformada por un grupo de nuevos y

talentosos diseñadores que ya tienen su propia marca y están iniciando el desafío de posicionarse. Las charlas apuntan al diseño y negocio del calzado de niños, danza, deportivo y de vestir, en sus distintas variantes, el foco de los temas estará en cómo posicionar una marca, estrategias de posicionamiento, búsqueda de nuevos nichos, negocios familiares y trayectoria en el mercado y por último cómo pasar de la venta en ferias al negocio.



Estilismo y fotografía de moda

Fashion Lab. 3 workshops

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

Programación octubre

ESTILISMO Y FOTOGRAFÍA DE MODA
3 Workshops

La moda es siempre referencial, poder captar este referente y plasmarlo en una imagen es uno de los desafíos que atraviesa el fotógrafo para una producción en el mercado de la moda.

El fotógrafo interpreta la marca y refleja la colección sin perder su sello personal como artista-creador. Trabajando en interacción con todos los participantes del equipo creativo y de producción. Conjuga make up, estilismo, diseño, locación, iluminación, dirección de modelos, técnicas fotográficas para lograr que la producción pueda reflejar "su idea" a transmitir.

1. Producción fotográfica de Moda. El proceso de creación.

Miércoles, 15 de octubre de 14 a 18 hs.
Pompi Gutnisky

La importancia de la creación de ideas en un proyecto de modas se pone de manifiesto principalmente en el trabajo de la imagen a través de la fotografía. Esta fase de generación de ideas es el objetivo en el que se centra la producción de fotografía para llegar a un producto innovador y creativo.

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

2. Editorial de Modas

Miércoles, 22 de octubre de 14 a 18 hs.
Josefina Laurent

En este workshop se abordará el trabajo en conjunto del productor y el fotógrafo para llevar a delante una sesión de fotos de moda para una editorial, se reflexionará sobre la totalidad del trabajo, desde la búsqueda del estilo hasta la postproducción. Se verá y se pensará acerca de la importancia del estilismo, la coordinación, dirección y marcación a la modelo.

3. Paradigmas actuales en los cambios de la imagen

Miércoles, 29 de octubre de 14 a 18 hs.
Clarisa Furtado - Cecilia Glik

Los nuevos medios de comunicación como: blogs, facebook, paparazzis, internet, videos explicativos de colecciones, hacen más accesible el conocimiento del mundo de la moda. Pero qué pasa con la moda enfrentándonos a la accesibilidad, al volumen y a la velocidad de la información? Esta y otras preguntas se abordarán para reflexionar sobre los paradigmas actuales a través del cambio de la imagen de la fotografía al incorporar y utilizar nuevos actores y espacios en su escenario.

Revista 90 + 10 / Corel Draw

Workshop realizado por la Revista 90+10 y la empresa Corel

El 9 de octubre a las 14.30 dictarán una charla abierta **Emiliano Blanco** y **Camila Milessi** de Kostüme, en el Auditorio de Mario Bravo, invitados por 90+10, compartirán con los asistentes sus experiencias. Además la empresa Corel presentará la versión Corel Draw Graphic Suite X4, en una clase práctica a cargo de **Fernando Suarez**, especialista de la empresa, que contará con la presencia de los diseñadores el 10 de octubre de 9 a 11 hs. en los Laboratorios de Computación de la sede Mario Bravo 1322.



Cupos limitados

Imagen, contenidos y tecnologías

1º Jornada de Comunicación en MultiMedios organizadas junto al Grupo VI-DA

21 de octubre

Mario Bravo 1050. Auditorio



Los avances tecnológicos influyen nuestra forma de comunicarnos. La información hoy es digital, los contenidos tienen entidad propia y las plataformas son nuevas. La Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo junto a Grupo VI-DA desarrollan un tema vigente y que hace al futuro de la comunicación.

<p>9.30 Acreditación</p> <p>9.45 Introducción Grupo VI-DA <i>Patricia Santa Marina, Directora de Asuntos Públicos y Corporativos Grupo VI-DA</i></p> <p>10.00 Formulas editoriales de revistas. Reflexiones. Del principio hasta el fin <i>Daniela Blanco, Directora Revista Tendencias</i></p> <p>10.45 El Mundo Adolescente: TKM: Caso de éxito <i>Tamara Herraiz: Directora Revista TKM</i></p> <p>11:30 El Entretenimiento y la TV <i>Opy Morales, Gerente General T-Channel</i></p> <p>12.15 RSE y los medios <i>Paula Torres, Conductora Contacto Solidario</i></p>	<p>12.45 Cultura y comunicación en los medios <i>Santiago Chotsourian, Director Radio Amadeus</i></p> <p>13.15 Break</p> <p>19.30 Contenidos móviles y nuevos medios <i>Ezequiel Arbusti, Gerente Contenidos Móviles y Digitales</i></p> <p>20.00 Digitalización de contenidos y futuro de la TV <i>Fernando Cuscuela, Gerente IT Grupo VI-DA</i></p> <p>20.30 TV en nuevos medios: Internet y Celulares <i>Anabel Farina Copelli, Jefe de Producto - Web TV</i></p>
---	---

Grupo VI-DA esta formado por las siguientes empresas: Infobae, C5N, Radio 10, Amadeus, Mega 98.3, POP Radio, Vale 97.5, 10musica.com, 10 tango.com, Revista TKM, Revista Tendencias, 10movs, clasificadosargentinos.com y bajamusica.com

Festival de Cine y Video Latinoamericano Buenos Aires 2008

El 16 y 23 de octubre se realizará en la sede de Jean Jaurès 932, el Festival de Cine y Video Latinoamericano Buenos Aires 2008 organizados junto a Cines Atlas. Entrega de premios: 28 de octubre, 11 hs.



<p>16 de octubre, 14 hs. “La Mujer en el Cine Latinoamericano” Mesa de discusión a cargo del grupo “La Mujer y el Cine” Disertantes: <i>Marta Bianchi, Eva Piwowarsky</i> (area Mercosur). Invitadas: <i>María Victoria Menis, Julia Salomonoff, Franca Gonzalez</i>. Moderador: <i>Martin Kohan</i>. La mujer en la industria de cine latinoamericano, cumple un rol muy importante, sobre todo las Argentinas y las Mexicanas.</p>	<p>23 de octubre, 14 hs. “La critica periodística en el Cine Latinoamericano” Mesa de discusión a cargo de periodistas y críticos de cine especializados. Disertantes: <i>Guadi Calvo</i>. Invitado: <i>Marcelo Stiletano</i>. Moderador: <i>Martin Kohan</i>. El análisis de los contenidos del cine latinoamericano debe ajustarse a otras ópticas que no son las de la industria norteamericana o europea.</p>
--	---

Search Marketing y nuevas tendencias Online

Ciclo de charlas

10,17, 24 y 31 de octubre, 19 hs.
Mario Bravo 1050. Auditorio

El paradigma actual de internet nos plantea nuevas formas de hacer negocios en este medio, cuales son las mejores alternativas para hacer marketing online hoy?, SEO? PPC?, la idea de estas nuevas jornadas es comprender las nuevas tendencias de la WEB junto a los más destacados especialistas del mercado, con el apoyo de empresas como Yahoo!, Google, Wallaby, GrupoBGL, Clarin, ZonaJobs.com, Derremate.com.

Actividades libres y gratuitas. Requieren inscripción previa. Tel. 5199 4500 internos 1502, 1530 y 1570. Mail: consultasdc@palermo.edu - Sede del Evento: Mario Bravo 1050

Tendencias Gastronómicas '08

El **10 de diciembre** en el Claridge Hotel se realizará la 3º Edición de la entrega de premios de Tendencias Gastronómicas con el auspicio de la Facultad de Diseño y Comunicación. Se invita a votar a los mejores chefs y restaurantes en la página web www.tendenciasg.com



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 19 se envió a comienzos de septiembre y, en DC de octubre, se transcriben los principales textos como un ayuda memoria para los estudiantes.

HORAS DE CONSULTA

El 8 de septiembre comenzó el Ciclo de Horas de Consulta de los profesores de la Facultad del 2º cuatrimestre 2008. Este ciclo finaliza el 7 de noviembre. No hay horas de consulta durante la semana de exámenes del 13 al 17 de octubre. Consultas en Orientación al Estudiante.

INSCRIPCIÓN A EXÁMENES PREVIOS OCTUBRE 2008

El próximo período de exámenes previos se desarrolla desde el lunes 13 al viernes 16 de octubre. Podrán rendir los estudiantes que deban asignaturas previas o que no pudieron rendir en la mesa de períodos regulares.

El estudiante podrá rendir el examen final previo con el profesor con quien cursó la asignatura o elegir otro profesor, siempre que haya corregido el trabajo con este docente (Se puede corregir en las Horas de Consulta MAP). Si el profesor ya tiene planificada una mesa de examen de la asignatura, el estudiante se inscribe directamente en esta mesa. Si el profesor no tiene planificada una mesa, el estudiante tiene que solicitar la apertura de mesa de Examen Especial para el período, en este caso octubre, hasta el viernes 3 de octubre, completando el formulario de solicitud de mesa especial. No se aceptan pedidos después de esta fecha. La inscripción comenzó el 22 de septiembre, a través del sistema de alumnos. Los estudiantes que ingresaron a la Facultad en agosto 2008 tienen clases regulares durante esta semana.

NUEVO EQUIPAMIENTO, NUEVAS OBRAS, NUEVO ESPACIO

PalermoTV crece, se amplía y diversifica. Los estudios y servicios ubicados en la sede Soler se van a trasladar a la sede Jean Jaurès 932. Se van a instalar, básicamente, en el segundo piso donde ya comenzaron las obras.

Asimismo en el primer piso de la sede Mario Bravo 1050 (ex aulas 1.1 y 1.4) se va a instalar el Espacio Multimedia de Diseño y Comunicación. Este espacio consta de dos laboratorios de computación (uno de Mac y otro de edición y animación), un estudio de sonido, una sala de edición y un estudio de fotografía de producto.

22 ESTUDIANTES DC PUBLICAN SUS ENSAYOS

Con el título Ensayos sobre la Imagen / III Edición la Facultad acaba de editar el número 17 de la serie “Creación y Producción en Diseño y Comunicación” (ISSN 1668-5229) que reúne 22 ensayos seleccionados de estudiantes de la Facultad. Son trabajos presentados por sus autores a los finales de la asignaturas Discurso Audiovisual, Taller de Reflexión Artística y Teatro entre otras.

La publicación se entregará a sus autores en el acto de entrega de premios respectiva del 8 de septiembre a las 18 hs. en el Auditorio de Mario Bravo 1050, 6º piso. (+ info: ngonza15@palermo.edu / svirgi@palermo.edu)

CÁTEDRA DE AUTOR / LABORATORIO DE ALTA COSTURA

Las Cátedras de Autor conforman un espacio académico original creado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo para sus estudiantes. En estas asignaturas, destacados y exitosos diseñadores y creadores dan clases en una Cátedra que lleva su nombre. En ellas respetando su personal estilo presentan su producción, explican técnicas, desarrollan proyectos y se preocupan por compartir con

futuros profesionales su método de trabajo y su valiosa experiencia.

En esta edición, los Diseñadores Gustavo Calandra y Claudio Hock de -Calandra-Hock, desarrollarán en un Laboratorio de Alta Costura, una colección de indumentaria con estudiantes de la carrera de Diseño de Modas, a partir de sus experiencias, particulares miradas y personales estilos.

Es una asignatura para estudiantes de Diseño de Modas y puede ser cursada como electiva.

NUEVA SEDE

El 19 de agosto comenzó a funcionar la nueva sede de la Facultad de Diseño y Comunicación Ecuador 933, entre Av. Córdoba y San Luis, ubicada a poco más de una cuadra de la sede Jean Jaurès. Son tres plantas con 12 aulas especialmente adecuadas para el dictado de clases en la modalidad taller.

TALLERES DE REPRESENTACIÓN GRÁFICA

Estos talleres son de carácter instrumental y están dirigidos a capacitar en el dominio de la representación gráfica bidimensional y tridimensional para que, posteriormente, los estudiantes apliquen estas habilidades y procedimientos en la resolución de los trabajos prácticos de cursada y finales que las distintas carreras, asignaturas y profesores requieran. Estos talleres se organizan con la misma modalidad que el Ciclo de Computación Gráfica y están destinados a enriquecer la capacitación de los estudiantes en los aspectos instrumentales y técnicos y a ir liberando a las asignaturas curriculares de la carga horaria que requiere esta formación para concentrarse en sus contenidos específicos. De esta forma los profesores pueden recomendar a los estudiantes que los cursan y pueden solicitar, tanto estudiantes como docentes, la apertura de nuevos talleres (equipodegestiondc@palermo.edu)

TUTORES PARA EXÁMENES PREVIOS

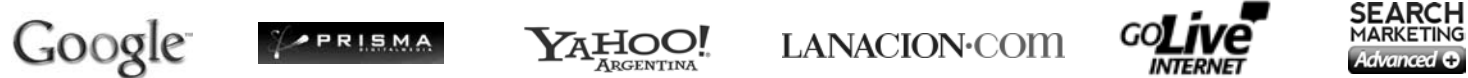
La Facultad creó la figura del Tutor de Exámenes Previos. Se trata de profesores que van a trabajar con estudiantes que adeuden exámenes previos de acuerdo a los siguientes criterios de prioridad: 1) Estudiantes que cursaron su asignatura en el segundo cuatrimestre 2006 que aún no rindieron el final y que se les vence la cursada en diciembre 2008; 2) Estudiantes que cursaron con profesores que ya no dictan clases regularmente en la Facultad y 3) Estudiantes que, por diferentes razones, no tienen un adecuado vínculo pedagógico con su profesor.

Los estudiantes deben inscribirse en orientaciondc@palermo.edu o dirigirse directamente a las Tutorías. El Equipo de Tutorías funcionará en la sede Mario Bravo 1050, los viernes de 14 a 17 hs. a partir del viernes 5 de septiembre.

El Equipo de Tutorías está conformado por los siguientes profesores organizados por área: Adriana Bruno (Relaciones Públicas / Organización de eventos), Guillermo Desimone (Diseño de Imagen y Sonido), Sergio Di Nucci (Núcleo de Formación Académica), Adrián Glassel (Diseño Industrial), Lorena González (Diseño de Indumentaria / Producción de Modas), Rita Meana (Comercialización / Área de Negocios), Andrea Pol (Publicidad / Creativo Publicitario), Roberto Céspedes (Diseño de Interiores), Mónica Incorvaia (Fotografía), Enrique Gastelum Tapia (Cine y Televisión), Noelia Fernández (Diseño Gráfico / Historietas) y Alcira Serna (Área Espectáculos).

“El Search Marketing permite una micro-segmentación en base a múltiples variables, logrando llegar así al cliente objetivo”

Expresó Carolina Piber, de la empresa Google, en el 2º Seminario de Marketing en buscadores, organizado junto a Search Marketing en Argentina el 19 de junio



Victor Estrugo, CEO de Wallaby Argentina y Fundador de Search Marketing Argentina fue quien realizó la apertura del Seminario. Reflexionó sobre el futuro de las búsquedas por Internet: “Latinoamérica está siguiendo los pasos de Estados Unidos, pero con cinco años de retraso”. Sobre el avance de esta herramienta dijo que el mercado obtendrá un mayor beneficio utilizando los teléfonos móviles como buscadores. Continuó la jornada **Francis Petty**, Gerente de Marketing Online de La Nación, quien hizo referencia a los conceptos avanzados de SEO (*Search Engine Optimization* -Optimización para Motores de Búsqueda). Aconsejó que es fundamental respetar los guidelines de los buscadores al armar la información de la página web. Y sobre el rol del Search Marketer dijo: “Su función creció dentro de las organizaciones. Está relacionado con el marketing, la comunicación, el Web Team y el Advertising y afecta tanto a su diseño, como a su desarrollo web”.

También expresó que la segmentación geográfica que permite realizar el Search Marketing beneficiará a los anunciantes.

Nicolás Forster, de la empresa Yahoo, basó su charla en las funcionalidades avanzadas de la nueva plataforma de Marketing de buscadores (SEM, *Search Engine Marketing*) y explicó que: “A mayor consolidación de esta actividad, se da un mayor crecimiento en la inversión online y esto genera una mejora de las plataformas”.

Sobre la relación entre el consumidor y la búsqueda *online* comentó: “Me parece que lo que atrae e impacta al consumidor final es que le estamos mostrando, a través del Search Marketing, el producto o servicio que está buscando. La dinámica plantea que el consumidor vaya a buscar al anunciante y que manifieste su intención de búsqueda. Podemos segmentar en base a esa variable y en función de eso la predisposición a la compra”. Sobre el diseño en publicidad explicó que lo que importa es lo que se muestra, el mensaje que se da, las palabras que se utilizan y la creatividad. Cada anuncio va a jugar un papel muy importante en función de cómo esté armado.

Luego, **Carolina Piber**, de la empresa Google, habló sobre la Conversion-driven campaigns: “Lo importante es saber qué se está buscando, ¿qué entre a la web, haga una compra, llene un formulario, suba un archivo?. Cuanto más claro

es el objetivo que se quiere comunicar, más fácil es el Search Marketing”, comentó. “Esta nueva tecnología debe venir acompañada de un análisis de estadísticas en un contexto determinado. Google Analytics indica cuales son las acciones del usuario: cómo llegó, cuánto tiempo estuvo, qué camino utilizó, los horarios de entrada, las zonas geográficas, las edades y los perfiles, entre otras características. El Search Marketing hace una segmentación del mercado y permite conocer mejor al cliente”.

Sobre el soporte digital dijo que hoy es un factor imprescindible en la vida de cualquier persona, comentó que es importante tener un sitio web para ser competitivo: “Hoy muchas empresas son simplemente virtuales, su sitio es su representante de ventas y su carpeta institucional”.

Por su parte **Andrés Snitcofsky**, Director de Prisma Digital Media, hizo referencia en su charla a la optimización de la inversión online: “No sólo importa la cantidad de clicks que recibe una publicidad, sino el nivel de calidad en relación a la inversión. No importa ser el primer resultado de una búsqueda, sino ver cuál es la posición acorde a la inversión realizada y los resultados obtenidos. Hay que entender que el índice de calidad es fundamental”.

Sobre el Search Marketing comentó: “Es una herramienta muy aceptada por cualquier cliente que esté orientado a la respuesta directa, que puede ser venta, registraciones, u otra acción. Es muy fácil de oír y de medir, realizando una campaña de poca inversión enseguida se pueden ver los resultados”. Y agregó: “Lo interesante que tiene es que permite microsegmentar a cientos de perfiles, se puede estar presente en la búsqueda de un perfil súper específico, creando segmentos muy chicos para diferentes tipos de clientes”.



Victor Estrugo (Search Marketing Argentina)



Carolina Piber (Google)



Nicolás Forster (Yahoo)



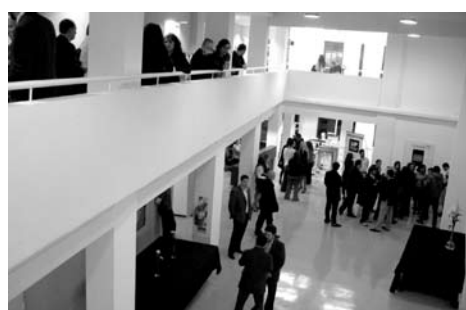
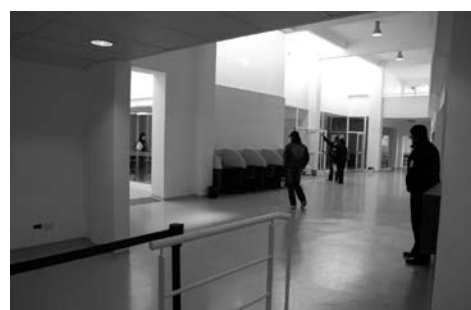
Francis Petty (Marketing Online de La Nación)



Andrés Snitcofsky (Prisma Digital Media)

Ecuador 933: Nueva Sede de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo

En agosto comenzaron a dictarse clases en la nueva sede Ecuador 933 (entre calle San Luis y Avenida Córdoba) de la Facultad de Diseño y Comunicación, especialmente adecuada para el dictado de talleres de asignaturas proyectuales. En esta sede se realizará del 17 al 28 de noviembre el Ciclo de Eventos Jóvenes que anteriormente se llevaba a cabo en Jean Jaurès 932.



38 TALLERES COMPUTACIÓN GRÁFICA

Octubre 2008

In Design 3 - Prof. Diego Macri Lunes 8.00 a 9.30 hs.	Oferta 3571
In Design 3 - Prof. Diego Macri Lunes 9.45 a 11.15 hs.	Oferta 3571
AutoCAD 3 - Prof. Antonio Tecchia Lunes 8.00 a 11.15 hs.	Oferta 3573
Flash 3 - Prof. Diana Fernandez Lunes 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3557
Photoshop 6 Aplicado - Prof. Diana Fernandez Lunes 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3568
Photoshop 2 - Prof. Paola Fraticola Lunes 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3538
Dreamweaver 2 - Prof. Paola Fraticola Lunes 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3540
Dreamweaver 3 - Prof. Graciela Reyes Martes 8.00 a 9.30 hs.	Oferta 3564
Photoshop 3 - Prof. Graciela Reyes Martes 9.45 a 11.15 hs.	Oferta 3563
AutoCAD 3 - Prof. Nancy Fajgenblat Martes 8.00 a 11.15 hs.	Oferta 3574
Flash 3 - Prof. Gabriel Villafines Martes 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3556
Dreamweaver 3 - Prof. Gabriel Villafines Martes 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3565
Illustrator 3 - Prof. Paula Caia Zotes Martes 18.45 a 20.15 hs.	Oferta 3570
Photoshop 3 - Prof. Paula Caia Zotes Martes 20.30 a 22.00 hs.	Oferta 3562
Flash 3 - Prof. Gaston Ditomaso Miércoles 8.00 a 9.30 hs.	Oferta 3555
Photoshop 6 Aplicado - Prof. Gastón Ditomaso Miércoles 9.45 a 11.15 hs.	Oferta 3567
Flash 2 - Prof. Miguel Angeleri Miércoles 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3545
Dreamweaver 2 - Prof. Miguel Angeleri Miércoles 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3541
Illustrator 2 - Prof. Gabriela Feldman Miércoles 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3542
Illustrator 2 - Prof. Gabriela Feldman Miércoles 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3543
ArchiCAD 3 - Prof. Maria Cabral Miércoles 18.45 a 22.00 hs.	Oferta 3561
Dreamweaver 2 - Prof. Jorgelina Vicente Miércoles 18.45 a 20.15 hs.	Oferta 3552
Photoshop 2 - Prof. Jorgelina Vicente Miércoles 20.30 a 22.00 hs.	Oferta 3539
Flash 2 - Prof. Graciela Reyes Jueves 8.00 a 9.30 hs.	Oferta 3546
Illustrator 2 - Prof. Graciela Reyes Jueves 9.45 a 11.15 hs.	Oferta 3544
Photoshop 3 - Prof. Claudio Morales Jueves 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3559
Photoshop 3 - Prof. Claudio Morales Jueves 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3560
3D Max 3 - Prof. Leonardo Parise Jueves 14.00 a 17.15 hs.	Oferta 3575
Corel 3 - Prof. Virginia Caetano Jueves 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3550
Corel 3 - Prof. Virginia Caetano Jueves 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3551
Flash 3 - Prof. Julián Dubosq Jueves 18.45 a 20.15 hs.	Oferta 3553
PhotoShop 6 Aplicado - Prof. Julián Dubosq Jueves 20.30 a 22.00 hs.	Oferta 3569
Premier 1 - Prof. Johnathan Feldman Viernes 14.00 a 15.30 hs.	Oferta 3548
Premier 1 - Prof. Johnathan Feldman Viernes 15.45 a 17.15 hs.	Oferta 3549
Lince - Profesor a confirmar Viernes 14.00 a 17.15 hs.	Oferta 3547
Flash 3 - Prof. Paola Fraticola Viernes 18.45 a 20.15 hs.	Oferta 3554
ActionScript 1 - Prof. Paola Fraticola Viernes 20.30 a 22.00 hs.	Oferta 3558
Rhino 3 - Prof. Constanza Ruiz Viernes 18.45 a 22.00 hs.	Oferta 3566

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

“La animación es un motor de crecimiento de la industria audiovisual, cultural y del entretenimiento”

Dijo Rosanna Manfredi, CEO de la productora Encuadre, en las 10^º Jornadas de Cine y TV: “La Animación como herramienta creativa”, organizada junto a ExpoToons el 26 de junio



Daniel Marcet, CEO del FIAP y organizador, junto a Rosanna Manfredi, de ExpoToons, fue el encargado de la apertura. En su presentación dio un anticipo sobre el festival de animación que se llevará a cabo en octubre: “Queremos que ExpoToons sea un referente de animación en la región. Hay mucho talento en nuestro país y mucho interés del mundo en lo que se hace acá. Estamos muy entusiasmados de poder hacer ExpoToons en Argentina, el festival va a ser muy similar a los grandes festivales del mundo”.

Comentó que habrá una competencia dividida en categorías, exhibición de material, conferencias, ruedas de negocios y una feria con los protagonistas: “Lo que queremos lograr es darle un impulso a la industria, que sea un foro para hacer negocios y generar mayor capacitación. Argentina tiene mucho talento y tecnología, pero no la suficiente gente capacitada, por lo que se queda corta ante las demandas extranjeras”. Y agregó: “La animación es una industria que genera mucho trabajo e inversión extranjera”.

Luego dio una charla, **Rosanna Manfredi**, CEO de la productora Encuadre, donde hizo referencia a la industria de la animación: “La animación es un motor de crecimiento de la industria audiovisual, cultural y del entretenimiento. Uno de los pilares del crecimiento tiene que ver con la mano de obra, por eso es importante la capacitación. En Argentina tenemos ventajas competitivas enormes, estamos en un lugar de privilegio”.

Sobre el negocio de la industria de animación en el mundo indicó que el cine de animación maneja cifras superiores al cine tradicional: “El 80% de lo que se produce en Argentina no se ve acá, sino que es para afuera. Nuestro objetivo es poder transformar esto en una industria”, comentó.

Destacó que Argentina cuenta con una gran cultura y trayectoria cinematográfica frente al resto de Latinoamérica, y que hay muy buenos profesionales, aunque pocos, pero destacados: “En 2002 empezamos a exportar y llegamos a ser el país con más cantidad de productos de Animación de Latinoamérica. En 2007 se estrenaron tres largometrajes animados”.

Augusto Petrone y **Leonardo Falaschini**, de Three Melons hablaron sobre la Animación en Videojuegos. Augusto Petrone, Director Creativo, dijo que en animación entran en juego muchas variables que hacen que sea un trabajo complicado, aunque a su vez agregó: “Uno a veces le da licencias a un videojuego, porque en definitiva es un juego, en este sentido tenemos la ventaja de no tener que hacer todo perfecto”.

Explicó que cuando un juego sale a la venta surgen interpretaciones y acciones que ni el creador se había imaginado. Otras veces ocurre que el usuario no sabe que hacer cuando ingresa, donde clicar o cómo se juega: “Si eso pasa, es que hicimos mal nuestro trabajo”.

Por último comentó que en Argentina hay 10 empresas que trabajan en la industria de videojuegos y que la animación es una disciplina que está evolucionando constantemente.

A continuación **Oscar Desplast**, Presidente de la Asociación Argentina de Cine de Animación,

hizo referencia a la animación en la década del '60 y '70, y comentó que el sostén de la animación en Argentina en esa época eran los dibujos animados publicitarios.

Sobre la tarea de los animadores y dibujantes dijo: “No son creadores de personajes, sino que le dan movimiento a ese personaje, con la animación expresamos, entre otras cosas, estados de ánimo. Hay que aprender a sacarle a cada animador lo mejor de sí mismo para que luego eso se vea en la pantalla”.

A su vez comentó que el dibujo animado necesita de un estudio permanente y no que se invierta sólo para una producción en particular.

“Hay mucho talento en nuestro país y mucho interés del mundo en lo que se hace acá”

(Daniel Marcet)

Juan Pablo Buscanini, CEO de Pampa Films, quien centró su charla en los largometrajes de animación: “El cine de animación y el arte digital democratizaron la posibilidad de plasmar las ideas en la pantalla. Mientras el mundo era analógico, la animación empezó a marchar de la mano del cine, complementándolo. La ruptura más grande entre ambas técnicas se dio con la aparición de Internet y con el desarrollo de las tecnologías. Toy Story fue la película que produjo la ruptura: se hizo enteramente en 3D. Además trajo aparejado un cambio en la forma de narrar. Lo que agregó el cine 3D es la no limitación del movimiento de cámara. Actualmente, el mundo de la animación y el cine con actores conviven, se cruzan e intercambian recursos”, opinó Buscanini.

Sobre la productora extranjera Pixar, reconocida unánimemente como líder en animación, comentó: “Su técnica es perfecta, pero sus películas se siguen viendo porque además tienen una buena historia y una trama interesante. Uno ve la película Ratatouille y puede sorprenderse por los gestos de la cara de uno de los personajes y por el decorado, pero lo fundamental es que lo que se cuenta está bien armado.”

Por último hizo referencia a la utilización y elección de la técnica: “La técnica nueva desafía a la existente, pero también la honra, como pasó con la fotografía y la pintura. Estos medios conviven



Juan Pablo Buscanini (Pampa Films)

en la actualidad, pero cuando la primera irrumpió para ocupar un nuevo espacio les costó reubicarse”. Y agregó: “Hay que domar a la técnica, pero no hay que perder el norte: se la debe utilizar para contar una historia, si se la elige mal es como elegir mal a un actor”.

Fernando Rey Goyena, Productor Ejecutivo de Bitt Animation, habló sobre la animación en publicidad: “La animación le da identificación y alternativas a la publicidad. La infinita cantidad de técnicas que hay da muchas posibilidades”.

Comentó que la animación recorrió un camino muy largo en poco tiempo, desde los '90 hasta hoy cambió, creció, evolucionó y maduró.

Sobre la calidad en animación dijo que cuando está bien hecha se pueden realizar productos de gran nivel: “Si el resultado de un comercial es reconocido, cuando otros países necesiten realizadores van a pensar en nosotros. El producto que van a encontrar en Argentina va a ser el mismo que el de otros países, pero económicamente mucho más competitivo. La producción a nivel nacional está en una posición muy positiva y eso lo tenemos que aprovechar”. Y agregó: “En publicidad el mundial se juega todos los años en Cannes, el festival más importante en publicidad, y Argentina siempre llega a la final”.

Los encargados del cierre de la Jornada fueron **Ronnie Amendolara**, Director Comercial de Illusion Studios, y **Romina Crespolini**, Productora Ejecutiva, quienes hablaron sobre las técnicas utilizadas en sus producciones y la distribución al exterior: “Dentro de la empresa trabajamos en 2D y 3D, algunos de nuestros trabajos son Valentina, con animación 2D, Boggie, el aceitoso, basado en un cuento de Roberto Fontanarrosa y La maga, una mezcla de actores con fantasía. Actualmente estamos desarrollando Gaturro, realizada íntegramente en 3D”, explicó Romina Crespolini.

El Director Comercial comentó que Valentina es una producción conocida en Argentina, por ese motivo no aspiran a estrenarla en otros países: “Generalmente el cine que se hace en 2D es para proyectarlo en forma local. Boggie, en cambio, es más atractivo para Latinoamérica y Estados Unidos ya que es un personaje popular y su autor es reconocido, seguramente podamos estrenarla en cine y dvd”. Sobre Gaturro comentó que tienen aspiraciones de estrenarla en varios países: “La película la estamos haciendo en forma conjunta con una compañía canadiense que es distribuidora en todo el mundo”.



Fernando Rey Goyena (Bitt Animation)



Rosanna Manfredi (Encuadre)



Daniel Marcet (ExpoToons)



Augusto Petrone (Three Melons)



Leonardo Falaschini (Three Melons)



Oscar Desplast (Asociación Argentina de Cine de Animación)



Romina Crespolini y Ronnie Amendolara (Illusion Studios)

Marcas. Cuentos. Revistas. Texturas. Estampados

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

Concurso 1. MARCAS CON PROYECCION

Alumnos de la asignatura Diseño e Imagen de Marcas (Publicidad - Diseño Gráfico, 1º año)

Primer premio compartido: Gonzalo Cano - Luciana Cavagnola (Prof. Martín Fridman) - Denise Hermo (Prof. Alejandro Abaca)

Segundo premio compartido: Cecilia Dodero (Prof. Victoria Bartolomei) - Joséfina Torqui (Prof. Fridman) - Daniel Torres (Prof. Ezequiel Hodari)

Tercer premio compartido: Leandro Antonelli - Matías Samaniego (Prof. Fridman) - Ricardo Lopez (Prof. Mauricio Pavon)

Menciones: Micaela Giordano (Prof. Pavon) - Berenice Grande Vela (Prof. Hodari) - Valeria Vedelini (Prof. Bartolomei) - Carlos Wydler (Prof. Fridman)



1º premio: Gonzalo Cano



1º premio: Luciana Cavagnola



2º premio: Cecilia Dodero



1º premio: Denise Hermo



2º premio: Daniel Torres



Mención: Valeria Vedelini



3º premio: Ricardo Lopez



2º premio: Joséfina Torqui



Mención: Carlos Wydler



Mención: Micaela Giordano



3º premio: Leandro Antonelli



3º premio: Matías Samaniego

Concurso 19. CULTURA JOVEN

Alumnos de la asignatura Taller 4 (Diseño Gráfico, 2º año)

Primer premio: María Ana Brusco (a)

Segundo premio: María Amelia Venturino (b) (Prof. Carlos Del Rio)



a.

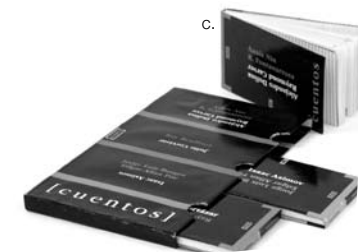


b.

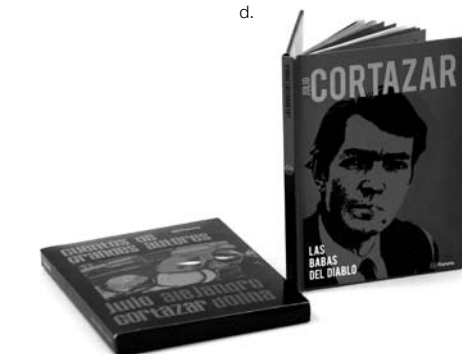
Concurso 16. CUENTOS PARA MIRAR Y CONTAR

Alumnos de la Asignatura Taller 3 (Diseño Gráfico, 2º año)

Primer premio compartido: Natalia Brega (c) y María Sol Bazzolo (d)



c.



d.

Concurso 21. ENVASAR EL VALOR

Alumnos de la asignatura Diseño de Packaging 1 (Diseño Gráfico, 2º año)

Primer premio compartido: Belén Bazzolo (Prof. Mariana Sosa) - Jessica Andrea Cichero (Prof. Diego Perez Lozano)

Segundo premio: María Sol Bazzolo (Prof. Sosa)

Tercer premio compartido: Fernanda Estrella (Prof. Diego Pérez Lozano) - Agustina Gonzalez Piñero (Prof. Alejandro abaca)



1º premio: Belén Bazzolo



1º premio: Jessica Cichero

2º premio: María Sol Bazzolo



3º premio: Agustina Gonzalez Piñero

3º premio: Fernanda Estrella

Concurso 26. TEXTURAS, ESTAMPADOS Y TEJIDOS

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

Primer premio compartido: Jae Rim Lee (e) - María Luz Flores (f) (Prof. Yanina Moscoso Barcia) - María Laura Wrobel (Prof. Tamara Royan)

Segundo premio compartido: Jessica Choe (g) - Denise Finkelstein (h) - Vanina Lifschitz (i) (Prof. Moscoso Barcia)

Tercer premio compartido: Ayelén Dekleva - María Macarena Mantesi (j) - Johanna Solodujin (k) (Prof. Moscoso Barcia)

Menciones: Carolina Castro Tegaldo - María Villanueva (Prof. Moscoso Barcia) - Jacqueline Davini (Prof. Patricia Maudet)



e.



f.



g.



h.



i.



j.



k.



j.



k.



k.

Entrega de premios

Fotografía 2008/1: 7 de octubre, 18 hs.

Video 2008/1: 20 de octubre, 18 hs.

MARIO BRAVO 1050. AUDITORIO

Concurso Stone. 31 de octubre, 20 hs.

MARIO BRAVO. SUM

Afiches. Estampillas. Tipografías.

En las próximas ediciones se publicarán los ganadores de los otros concursos

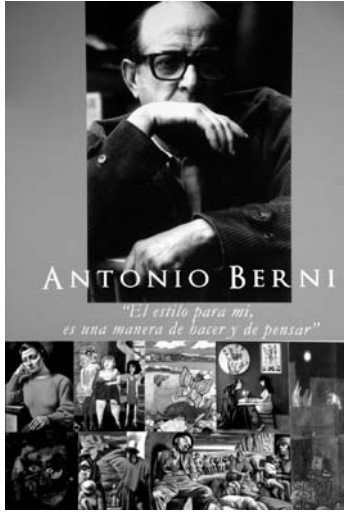
Entrega de premios de Diseño 2008/1
28, 29 y 30 de octubre
MARIO BRAVO 1050. AUDITORIO



1º premio: Horacio Myszkowski



2º premio: Nicolás Gilbert



3º premio: María Fernanda Martino



3º premio: Flavia Radici

Concurso 2. PANEL CONCEPTUAL

Alumnos de la asignatura Taller de Reflexión Artística 1 (Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Diseño Textil y de Indumentaria, 1º año)

Primer premio: Horacio Myszkowski
Segundo premio: Nicolás Gilbert
Tercer premio compartido: María Fernanda Martino - Flavia Radici
Menciones: Lucía Acosta - Lucila Bell - Denise Kunowsky - Isabela Razetti (Prof. Juan Orellana)

Concurso 20. CREATIVIDAD TIPOGRAFICA

Alumnos de la Asignatura Taller 2 (Diseño Gráfico, 1º año)

Primer premio: Analia Meira (Prof. Fabián Carreras)
Segundo premio: Marcelo Guarderas (Prof. Carreras)
Tercer premio: Delfina Castex (Prof. Carreras)
Mención: Andrea Fernanda Sclavo (Prof. Romina Bogossian)

ABCDEFGHIJ
KLLMNNOP
QRSTUVWXYZ
YZ
abcdefghijklmnop
ñopqrstuvwxyz
1234567890

1º premio: Analia Meira

abcdef ABCDEF
ghijkl GHIJKL
mñnop MNÑOP
qrstuvwxyz QRSTU
vwxyz VWXYZ

3º premio: Delfina Castex

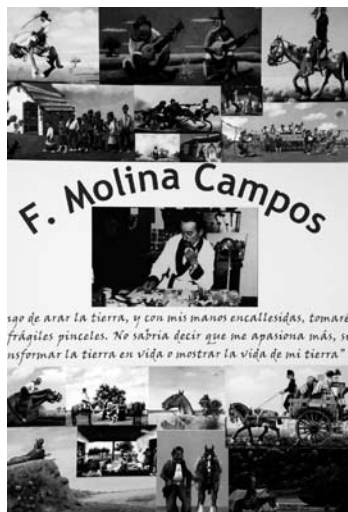
ABCDEFGH
IJKLMN
ÑOPQRST
UVWXYZ

abcdefghijkl
klmñopqr
stuvwxyz

Mención: Andrea Fernanda Sclavo



Mención: Lucía Acosta



Mención: Lucila Bell



Mención: Denise Kunowsky



Mención: Isabela Razetti

Concurso 15. CORREO ECOLOGICO

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

Primer premio compartido: Jazmín López Asise (ver imagen en tapa de esta edición) - María Sol Bazzolo (Prof. Mónica Daverio) - Natalia Belén Anahí Brega (Prof. Carlos Del Rio)

Segundo premio compartido: Agostina Paterno (Prof. Daverio) - Javier Reyes (Prof. Luciana Maruca)

Tercer premio compartido: Manuel Ingud - Carla Rovatti (Prof. Maruca)
Menciones: Luisina Celia - Daniela Joséfina Frega (Prof. Daverio) - Teresita Mazzochi (Prof. Valeria Scalise) - Daniela Noemi Diego (Prof. Abaca).



2º premio: Agostina Paterno



3º premio: Manuel Ingud



2º premio: Javier Reyes



Mención: Daniela N. Diego



Mención: Teresita Mazzochi



Mención: Luisina Celia



Mención: Daniela J. Frega



3º premio: Carla Rovatti

“Se encontró un perfil de diseño y uno de empresa que hicieron que Cheeky sea lo que es hoy”

Héctor Borrel, Gerente Comercial de Cheeky, en las Jornadas sobre Indumentaria Infantil realizadas el 12 de junio donde se abordaron los temas de Marketing, Diseño y Producción



Mónica La Madrid, Directora de Kiddo's y socia gerente de Markwald, La Madrid y Asociados, dio una charla sobre lo que hacen, qué les gusta y cuáles son las influencias en el momento de la compra para niños de Argentina de entre 6 a 11 años. Durante el 2007 realizaron un estudio cuantitativo a 1.200 familias del país donde se les consultó sobre la escuela, el tiempo libre, la televisión, la moda y el consumo, entre otros temas.

“A partir de los 8 años los niños empiezan a decidir sobre su ropa, pero creo que los adultos los están influyendo para que lo decidan antes. A los 12 diría que es el momento en que se rebelan frente a los padres, en el pasaje hacia a la adolescencia”, expresó la Directora de Kiddo's.

Con respecto a las influencias a la hora de consumir opinó que son los pares los que más inciden en los gustos de los niños, aunque aclaró que es un proceso complejo de influencias mutuas.

La Madrid dirigió el estudio Kiddo's sobre chicos de 6 a 11 años de familias de ingresos medios para arriba. Esos chicos disponen de un ingreso mensual de \$46 y el 65% de los encuestados ahorra. Otro dato que obtuvieron es que en la Argentina las madres suelen ceder más que los padres al reclamo de sus hijos e influyen a la hora de la compra.

Susana Pérez Amigo, vestuarista de Cris Morena Group, explicó que la producción de modas le permitía crear: “Eso es lo más lindo que tiene la indumentaria, uno puede crear y hay tantos caminos que pareciera no haber límites. Los que hacen indumentaria tiene que tener un gran ojo, en esta profesión hay que estar formándose las 24 horas al día para absorber información constantemente, porque el mundo de los chicos es muy cambiante”, comentó.

Después explicó cómo se crean los vestuarios en una serie televisiva: “Como en las tiras trabajamos con guiones, partimos de ahí para pensar la ropa, pero no podemos definir nada hasta conocer al actor. Unimos las dos historias: la ficcional y la real, para crear una asociación de marcas y estilos personalizada.” Habló acerca de su experiencia en el programa Chiquititas donde utilizó un vestuario de una época anterior, vestidos y delantales, y que luego las niñas en la calle empezaron a usar esa ropa: “Lo que se ve en la tele es muy importante para los chicos”.

Para hacer este tipo de trabajo comentó que hay que ver lo que pasa en el mundo de la moda para luego llevar eso a la televisión: “Nuestra idea es marcar tendencia”.

El Asesor en Comercio Exterior de la Federación Argentina de Industrias, **Perti Mustonen**, dio una charla sobre las tendencias internacionales de indumentaria de niños y niñas.

Explicó que hay una tendencia en hacer que la ropa de niños sea cada vez más parecida a la de adultos: “Se quiere hacer que el niño sea un adulto pequeño, hay una gran tendencia hacia eso”, opinó Mustonen.

Las tendencias internacionales se adaptan muy bien a la cultura local, la moda del país en general tiene mucha influencia internacional, en especial europea. “Esto siempre ha sido así desde hace muchas décadas. Ahora, inevitablemente, se está mezclando hacia tendencias norteamericanas”, explicó.

Luego contó que Argentina no produce tecnología textil sino que la importa principalmente de aquellos países que generan esa tecnología, como Italia, Suiza, Alemania, Japón y Estados Unidos. “Hemos visto que el sector industrial que sobrevivió en los '90 está tecnificándose con problemas de financiación, falta una política existente de financiación de este sector”, agregó y por último habló de la responsabilidad del productor: “La ecología y la ética está hoy en todos lados. La calidad de la confección es muy importante, no sólo el diseño”.

“En esta profesión hay que estar formándose las 24 horas al día”

(Susana Pérez Amigo)

Marcelo Sorzana y **Martín Tellas**, socios de Surreal Marketing, empresa de marketing integral de marcas de moda y profesores de la Carrera Producción de Modas de la Facultad de Diseño y Comunicación explicaron que, estructuralmente, las campañas de marketing de la ropa de niños son exactamente igual que la de adultos: “Primero se hace una investigación de la tribu de los chicos y de los padres a los que se les quiere comunicar y vender su producto, en ese orden.”

“Estamos en el siglo XXI, creo que los chicos nacen con un poder de intelectualizar, racionalizar y percibir la comunicación mucho más que lo que ocurría hace 10 o 15 años. Nosotros, definitivamente, aconsejaríamos dirigir las campañas de comunicación a los chicos”, afirmó Sorzana y agregó: “Algo muy importante que está pasando

en la actualidad es que las marcas no proponen cómo vestir a los chicos, sino que van a buscar cómo ellos quieren vestirse para luego generar ese producto. Ven cuál es la tendencia y la interpretan.”

Habló también sobre las influencias más decisivas que reciben los chicos: “Creo que buscan identificarse con alguien, y siempre en los grupos están los chicos de referencia, que vendrían a ser como los líderes de opinión, los que comandan al grupo”.

Luego, los socios contaron sobre el proceso de armado de una estrategia de marketing para la marca de indumentaria infantil Chibel, en otoño-invierno 2006. “Es una marca que no pretende ser ostentosa, sino generar un look genuino y lúdico”, dijo Martín Tellas.

Sergio Timerman, Director de la marca de indumentaria infantil G de B (Gabriela de Bianchetti), explicó cuáles son las acciones que deberían realizarse al momento de incursionar en el mercado externo: “Lo primero sería tener una página web excepcional, en inglés y castellano, es impresionante los contactos que una buena página hecha en los dos idiomas te puede traer. Lo segundo que haría sería ser muy disciplinado en contestar cada uno de los emails de la gente que se ponga en contacto, de 100 contactos, 99 no sirven para nada, pero uno sirve y mucho. Lo tercero es que tendría un producto diferenciado, en el mundo hay mucha gente haciendo fila para vender, no es que nosotros en Argentina tenemos algo que nos destaca, lo que tenemos es un gran talento en el diseño y muy buena calidad de telas y costura. Haría también un cd interactivo, que es algo que nosotros hacemos cada vez que lanzamos una colección. Otra cosa importante es invertir, no existe salir al mundo si no se hace una inversión. Y viajar cuando sea el momento, la inteligencia es saber cuando es ese momento”.

Otro tema importante al que hizo referencia es al de los precios, en Argentina se modifican todos los días, en el mundo durante los 6 meses que dura la temporada no pueden modificarse, eso no existe en el mundo. Si llegan a subir hay que absorberlo.

Con respecto al mercado a explotar dijo que lo fundamental es saber buscar un nicho que deberá estar relacionado con el diseño, la calidad, el color y la originalidad.

“Otra cosa que hay que vencer es la traba que existe en cuanto al cumplimiento y la seriedad respecto de los fabricantes argentinos, tenemos una muy mala imagen en el mundo, extraordinaria

“Lo más importante es el timing, la inspiración y la transformación”

(Claudia Ebekian)



Héctor Borrel (Cheeky)



Mónica La Madrid (Kiddo's - Markwald)



Perti Mustonen (Federación Argentina de Industrias)



Sergio Timerman (G de B)



Claudia Ebekian (Teo S.A.)



Martín Tellas (Surreal Marketing)



Marcelo Sorzana (Surreal Marketing)



Susana Pérez Amigo (Cris Morena Group)

en cuanto a diseño y calidad, pésima en cuanto al cumplimiento y la entrega. Hay que entregar en tiempo y forma y en la calidad que te piden”, concluyó diciendo Sergio Timerman.

En una escena preparada y desarrollada con humor y sorpresa, **Eduardo Poggi**, Consultor de Empresas e Indumentaria Textiles, explicó sobre los tiempos, procesos y técnicas de producción, mientras hablaba fue interrumpido por **Hernán Ebekian**, Director de Gepetto, y **Sebastián Reeves**, Director de Nubecita, quienes vestían de traje y corbata, mientras lo sustituían por una campera deportiva, decían que para hablar realmente de cómo funciona la producción en la Argentina tenían que vestir como se visten todos los días y no llamarse ni ingenieros, ni por el apellido: “Queremos dar el contexto real de lo que pasa en el país”, dijeron.

En su conferencia hicieron referencia a los ponderables y a los imponderables que se manifiestan en la producción de indumentaria. Los primeros serían la cantidad de prendas a producir, las fechas límites y los objetivos a corto plazo. Dentro de los imponderables destacaron la tela, el personal y a la demanda.

Recalaron que dentro de una empresa es importante la división de tareas, no superponer instrucciones, dejar en claro los objetivos, saber delegar e identificar las responsabilidades.

Finalizando, explicaron que los diseñadores deben realizar una investigación de proveedores, relevar la capacidad productiva, tener noción de costos, conocer el *target* y manejarse con los precios del mercado.

Héctor Borrel, Gerente Comercial de Cheeky, contó que la empresa nació hace 14 años como un emprendimiento familiar, desde el garage de una casa. El primer local fue en el Alto Palermo. “Cada prenda tiene que tener el encanto de cautivar a diferentes públicos”, y agregó que el diseño de Cheeky se basa en las nuevas tendencias, la calidad, la alta rotación por temporada y la diversidad de prendas.

Con respecto a las franquicias que tienen en otros países comentó que son manejadas por gente local: “Cuando abrimos negocios nosotros solos nos fue mal, es importante hacerlo junto a gente del lugar que conozca las costumbres del país”. Sobre la imagen de la empresa dijo que realizan una fuerte inversión en campañas publicitarias, desfiles de temporada y que tienen una gran presencia de marca en los principales medios de comunicación.

Al final de la Jornada estuvo presente **Claudia Ebekian**, Directora del Departamento de Diseño de la empresa Teo S.A. que tiene las licencias de las marcas Barbie y Snoopy, entre otras, y se encarga de diseñar la indumentaria de acuerdo a guías de estilo que les llega de la casa matriz. Durante su charla explicó que es fundamental trabajar en colaboración dentro de una empresa: “En empresas exitosas hay grupos exitosos”. “La creación de los diseños es libre, interviene muchísimo el gusto y la experiencia de cada una de las diseñadoras, todas nos basamos en una misma guía de estilo que podemos interpretarla y adaptarla según las necesidades de cada público y de cada país”, concluyó diciendo.

“La única forma para que funcione la RSE es con articulación, paciencia y a largo plazo”

Opinó Beatriz Pellizari, Directora de La Usina en la Facultad



El 13 de agosto de 2008 se realizó el 2º Seminario de Responsabilidad Social Empresaria: “¿Cómo lograr un programa de RSE que beneficie a todas sus partes?”. Estuvieron presentes representantes de destacadas empresas y organismos gubernamentales.



De izq a der. Beatriz Pellizari, Susana Arranz de Finger, Paola Lattuada y Marcela Goldin >

La RSE se constituye en una característica esencial del management que se integra a los valores de la empresa y determina su accionar, en un comportamiento socialmente responsable al momento de llevar adelante su negocio. La evolución de la RSE y las demandas crecientes de las comunidades y del medio en general, requieren hoy una gestión cada vez más profesionalizada para lograr resultados mensurables, también, desde la perspectiva vincular y comunicacional.

El inicio del seminario estuvo a cargo de **Fernando Solari**, Director de Solari Scope: “La RSE sufrió un cambio, hoy se diferencia filantropía de RSE, todavía falta medir este tipo de responsabilidad desde los resultados” y agregó: “Una empresa sana, permite RSE; el clic está en pensar que se debe aplicar desde lo interno, los sueldos y proveedores, mejorar desde adentro, para luego crecer hacia fuera. La Responsabilidad Social de las empresas es una obligación moral”.

A continuación **Marcela Goldin**, Asesora de Administración Gubernamental de Ingresos Públicos, hizo referencia a la importancia de esta práctica: “El camino de la RSE evolucionó hasta lo que es hoy: hacer lo correcto. Es un proceso top-down que va desde la cúpula hacia la base de la pirámide jerárquica. Este tipo de Responsabilidad requiere del involucramiento de los públicos”.

Luego **Karina Stocovtz**, Coordinadora de Asuntos Corporativos de Natura Cosmetics, hizo referencia al programa que realizan en la empresa: “Natura tiene un programa de RSE que se basa en una gestión responsable. La razón de ser es crear y comercializar productos

que promuevan el bienestar. Nuestro desafío es impactar de la menor forma al medioambiente, esto influye en cada decisión estratégica y en la plataforma de negocios de la empresa”, a su vez comentó: “Natura mide el impacto ambiental de cada una de sus acciones, desde la extracción y movimiento de la materia prima, hasta que el consumidor desecha el envase del producto terminado.”

Diego Dellinberg, Director de la revista Imagen dijo: “La RSE no es hacer lobby. La operación de la empresa debe ser socialmente responsable, tiene que tener una forma de operar donde se incluyan a los empleados, clientes, gobierno y proveedores”. Con respecto al objetivo de realizar RSE expresó: “Las empresas realizan actividades de RSE debido a que sienten culpa por tener lucro, se utiliza como una estrategia asociada a la imagen, es parte de la comunicación de la empresa. Pareciera olvidar que una empresa debe ganar dinero para ser empresa, es algo legítimo y le permite realizar RSE”.

Por su parte **Susana Finger**, Directora Provincial del Programa de Fortalecimiento de la Sociedad Civil y Responsabilidad Social de la Provincia de Buenos Aires explicó: “El gobierno provincial tiene un compromiso en la articulación de actividades sociales, económicas, ambientales, políticos y culturales, no sólo para la empresa, sino para todos los actores, realizando un programa de fortalecimiento para la sociedad civil. Se busca que en cuatro años cada municipio oriente a las Ongs y a las empresas”, y agregó: “La única forma de que una política de RSE funcione es si la sociedad civil, las empresas y el gobierno actúan en forma articulada. Lo importante es que la RSE sea una responsabilidad de todos y no un remordimiento de la empresa”.

Por último, **Beatriz Pellizari**, Directora de La Usina, comentó acerca de sus actividades: “La Usina es una Ong que trabaja en una estrategia de responsabilidad ciudadana para que la incapacidad deje de ser un tema oculto. Se debe trabajar en forma conjunta con el estado, las empresas, los medios de comunicación, con otras Ongs, con las universidades, con los donadores, voluntarios y proveedores, debe ser un movimiento articulado de la sociedad”.



Fernando Solari (Solari Scope)



Diego Dellinberg (revista Imagen)



Eduardo Poggi, Hernán Ebekian Gepetto y Sebastián Reeves, Nubecita)



Karina Stocovtz (Natura Cosmetics)



Beatriz Pellizari y Adrián Candelmi (La Usina)



Susana Finger y Héctor Burgos (Programa de Fortalecimiento de la Sociedad Civil y Responsabilidad Social de la Pcia. de Bs. As.)

Nuevos profesionales de Diseño y Comunicación

Felicitaciones a los nuevos profesionales que con gran esfuerzo, creatividad y pasión han obtenido su título de grado (carreras de cuatro años de duración) en la Facultad de Diseño y Comunicación.

A continuación se publican los estudiantes que presentaron sus Proyectos de Graduación entre febrero y junio 2008.

DISEÑADORES DE IMAGEN EMPRESARIA

Silvina Salatino Aguirre (1068)
"Parada Delta. Parada Inteligente"

Natalia Rocío Altube (1093)
"Just. Innovación en envases de detergente en polvo"

María Manuela De Durañona y Vedia (1030)
"Raíces Latinas. Revista de cultura para los jóvenes de Latinoamérica"

Martina Mut (1016)
"Contaminación visual"

María Jimena Torres (1100)
"Desiderata, una tática de cultura. Propuesta de una nueva tendencia"

DISEÑADORES DE IMAGEN Y SONIDO

Ana Lía Cascón (1099)
"El alma jamás piensa sin una imagen"

Alejandro Guido Gómez (1008)
"Técnicas de Postproducción Digital y su Influencia en la Realización Audiovisual. Desarrollo tecnológico y creatividad"

María Luján Islas (1085)
"El regreso de lo inconsciente. Las influencias de Gondry en la realización de un videoclip"

Laura Lempert (1086)
"Cómo darle alma al cuerpo: actuación para personajes animados"

Pablo Marcelo Pazos Mouro (1017)
"Tango y Performance. Duele (40 años después)"

Aldana Rodrigo (1066)
"La infinidad de lo interminable. AMOS"

Álvaro Gastón Valdivia (1039)
"Identidad visual corporativa. Análisis teórico, práctico y propuesta de creación"

DISEÑADORES DE INTERIORES

María Agustina Balerdi (997)
"Orgánico. Hotel Temático"

Josefina Celeste Campagnon (1051)
"Zen. Hotel de Diseño + Spa"

Laura Lucía Hernández (1061)
"La Matera. Hotel Temático"

Nadia Jesica Romero (1021)
"El Renacer en el Diseño. El concepto del Renacimiento aplicado en el interior de un hotel con carácter de patrimonio arquitectónico"

Alejandra Scheinkopf (1069)
"La música. Un sentido generador de espacios"

Luciana Mabel Tuculet (1075)
"El ojo sensible. Museo de arte contemporáneo en movimiento"

DISEÑADORES DE PACKAGING

María Florencia Patronis (1034)
"Diseño integral de envase para queso rallado"

Carolina Spitzer (1038)
"Creams Come True. Helados para regalar"

DISEÑADORES EDITORIAL

Marina Laura Akerman (1027)
"Tiempos Modernos: rediseño del diario "El tiempo" de Salta. Una visión contemporánea del constructivismo"

Nadia Gabriela Harari (1009)
"Competencia a diario. La importancia del rediseño para subsistir entre los demás medios: caso "La Arena", La Pampa"

Florencia Mangiantini (1012)
"El color como comunicador en las revistas para jóvenes. Análisis del uso del color y targets de las revistas rolling stone, la mano, los inrockuptibles y soy rock"

DISEÑADORES INDUSTRIAL

Cristina Morales Viteri (1077)
"Nöma - cama para emergencias. El rescate de la dignidad"

DISEÑADORES TEXTIL Y DE INDUMENTARIA

Ana Laura Andino (1001)
"¿Amigas y rivales? La relación entre la lencería y la mujer. Diseños a partir de la relación en distintas décadas"

Soledad Arias (1045)
"El análisis de las colecciones. Los distintos tipos de abordaje"

Juliana Michelle Benzacar (1074)
"Los graffittis están de moda. De la estética urbana al diseño de modas"

Andrea Solange Garber (1058)
"Diseño y desarrollo integral de vestuario para espectáculos"

Agustina Herrera (1073)
"El impermeable como una nueva tendencia"

Marina Levy Mayo (1010)
"La indumentaria ortodoxa judía"

María Eugenia Mattei (1014)
"Investigación de tendencias. Trabajo de cool-hunter"

Leila Eliana Odón (1087)
"Leila Odón. Identidad registrada"

Gisela Tamara Pohulanik (1083)
"El vestuario como lenguaje no verbal. Proyecto para Blow Up"

María Virginia Pugliese (1098)
"Luna Macana"

Maia Radyk (1094)
"El trabajo de los investigadores de tendencias y su desarrollo en Argentina"

Paola Requena (1020)
"Custom"

Cecilia Noemí Ríos (1081)
"Coolhunters: el surgir de una nueva tendencia"

Andrea Cecilia Simon (1070)
"La Posmoda"

Diana Gabriela Villamayor (996)
"Blade Runner: The Dogmatism of nexos"

Solana Villasboas (1041)
"La moda recupera surrealismo"

María José Zubizarreta (1072)
"Moda: expresión individual"

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Sebastián Duimich (1004)
"El continuo de Gernsback"

Sofía Martignoni (1013)
"ImposibleMEDIA. Una idea en movimiento"

LICENCIADOS EN HOTELERÍA

Gabriela Leticia Ávila Páez (1047)
"Hoteles boutique: Nuevas tendencias en la hospitalidad"

Alfredo Hugo Bertora (1002)
"Hotel Boutique Villa La Rocca"

Jacques Federico Faena (1005)
"Vissionaire Hotel. Plan de Negocios para la ejecución de un Hotel Boutique en Palermo Hollywood"

Viviana Fernández Dos Santos (1076)
"Hotelería sanatorial: un análisis de mecanismos hoteleros aplicables a la gestión de hotelería sanatorial"

Marcelo Adolfo Nieto Reyes (1064)
"Hotel ecológico Madre Selva. Plan de Negocios para la creación de un hotel ecológico en Mindo - Ecuador"

Helmut Schaus Calderón (1088)
"Hotel Velas del Sur. La Paloma, Uruguay"

Verónica Toth (1024)
"Certificaciones de calidad en la industria hotelera cinco estrellas de la ciudad de Buenos Aires: un valor agregado más allá de la individualidad y el estilo de cada establecimiento"



Proyectos de Graduación entre febrero y junio 2008

LICENCIADOS EN PUBLICIDAD

Gonzalo Jorge Aguilar (1079)

"El corpus de la marca en la comunicación creativa"

María Agostina Alava (1043)

"Juan Valdez desembarca en Argentina y su identidad se adapta"

Daniela Armocida (1046)

"Por amor al arte: el nuevo capricho de las marcas"

Santiago José Balza Constantino (1048)

"Reef Space. Marketing Viral"

Nicolás Barg (1049)

"Reef Space. Reposicionamiento de la marca en eventos: nueva tendencia en el público joven"

Mariano Cabrera Lanfraconi (1050)

"Marketing de la experiencia aplicado a un bar"

Katherine Campana (1095)

"Tribus Urbanas. Las actitudes de compra de las tribus urbanas, y cómo las marcas dirigen su comunicación hacia ellas"

Paola Gabriela Di Cicca (1054)

"Desembargo de Wendy's en Argentina"

Priscila Dubischar (1055)

"Second Life: la interacción virtual entre marca y consumidor"

María de los Angeles Fernández Correa (1031)

"Para venderle a un gay y no morir en el intento. Análisis de consumidor gay"

Malena Elizabeth Gallegos Riera (1057)

"La relación entre la personalidad del usuario y su celular: dime qué celular tienes y te diré quién eres"

Johana Gambardella (1006)

"El potencial de las empresas de modelo directo para la implementación de CRM"

Paola Fernanda Gamboa Sánchez (1032)

"Comunicación 360"

Juan Manuel Giordano (1007)

"Reef Space. Relanzamiento de una marca a través de un Multiespacio"

Mariela Alejandra Goldstein (1096)

"Anti-Age y Pro-Age: la carrera (de las marcas) por mantenerse siempre jóvenes"

Erica Kreymborg (1011)

"Krey"

María Antonella Lucio (1091)

"La marca de indumentaria Guess regresa a la Argentina en el año"

Laura Valeria Mittelman (1063)

"Evento lanzamiento para hotel afrodisíaco: en busca de sensaciones"

Nicolás Alejandro Padilla (1097)

"Cómo influye la publicidad en los niños"

Ariel Pelliza (1035)

"Un mercado en proceso de reinención"

Agostina Raponi (1082)

"Branding de emociones: Espacio All Star"

Alejandra Rodríguez Menzer (1078)

"Rebranding de la marca de indumentaria Via Vai"

Noelia Soledad Rolandelli (1067)

"El desafío de las marcas para lograr un vínculo con el consumidor"

Rafael Paz Tassone (1065)

"Fotopaz. La nueva imagen"

María Mercedes Zubiarrain (1026)

"Marketing de la experiencia: vivir la marca"

LICENCIADOS EN RELACIONES PÚBLICAS

Sergio Adrián Alvarez (1044)

"Adquisición Nabisco - Terrabisu - Kraft"

Sofía Alvarez (1000)

"Sentirse Parte. Sheraton Pilar Hotel & Convention Center"

María Inés Buero (1080)

"Nacimiento de MAB consultora. La unión del campo con las Relaciones Públicas"

María Constanza Bunge (1028)

"Plan Integral de Comunicaciones - Colegio de Cocineros Gato Dumas"

Rocío Cabrera (1003)

"Luján cuna de la historia, testigo de la fe. Estrategia de Comunicación Integral"

Camila María Chible Russi (1053)

"RSE: ¿Tendencia mundial o moda pasajera?"

Carolina Alexandra Correale (1029)

"El rol de la Comunicación de los líderes en las Organizaciones. La comunicación interna como elemento de motivación en el rol del líder"

Ximena Fernández Lan (1056)

"Los eventos sociales como una oportunidad de negocio"

Clarisa Silvia Fischer (994)

"Blogs corporativos. Su valor para la empresa y otras organizaciones argentinas"

Carla Franco (998)

"Ladradores online"

Natalia Sabrina González (1059)

"Campaña PRO. Crónica de una victoria anunciada"

Julia Hardmeier (1060)

"Coaching y Relaciones Públicas: un cambio de enfoque"

Judith Alejandra Kaufmann (1033)

"El impacto de la RSE en los empleados: ¿Es la RSE una herramienta de motivación?"

Anabella Lederman (993)

"La Comunicación Interna en las Pymes argentinas. La gestión de la Imagen en una organización"

Karen Dense Masson (1062)

"KYOSEI \ 7395. Consultora de Comunicación, Identidad e Imagen para pequeños grupos empresarios"

Blanca Montaña García (992)

"Relaciones Públicas implementadas al turismo"

Linda Solange Moran Luciano (1015)

"Relaciones Públicas y comunicación de un producto innovador: Cinturones de seguridad caninos"

Emilio Gabriel Morillas (1089)

"Fusión REPSOL YPF"

María Victoria Mosquera (1090)

"La Relaciones Públicas en el lanzamiento de un spa: Go Divas"

Patricia Relats (1019)

"Las Relaciones Públicas comunicando en el cine nacional"

Ursula Simonetti (1037)

"Expreso fueguino. Unificación de marcas en adquisiciones"

María Angela Siracusa (1022)

"Los eventos empresariales. Una herramienta de comunicación institucional diferente orientada a clientes actuales y potenciales"

Alessandra Sivieri (995)

"El franchising en las empresas de eventos"

Mariana Socorros (1023)

"Santander sos vos. Estrategia del cambio de imagen de Santander Río"

Sandra Ruth Sokolowicz (1071)

"Resistencia al cambio"

María Cristina Sugimori (1092)

"Marca Provincia Tucumán. La gestión estratégica de la identidad"

Andrea Inés Villaruel (1040)

"Azul Profundo. Propuestas para el nuevo emprendimiento"

LICENCIADOS EN TURISMO

Agustín Pablo Castelli (1052)

"Campus - Residencia Universitaria. Plan de negocios de una residencia universitaria"

Victoria Alejandra Crudele (1084)

"Ayukelen, Empresas de Viajes y Turismo especializado en turismo alternativo"

María Constanza Pimentel (1018)

"Alojamiento en bodegas. Una nueva tendencia hotelera en regiones vitivinícolas de Argentina"

Karol Robayo Schneider (1036)

"E-Turismo: una herramienta para maximizar nuestros destinos turísticos"

María Laura Romero (999)

"Rupuyén Desarrollos Turísticos. Plan de Negocios de una consultora de turismo rural"

Giselle Yael Wegbraut (1042)

"Lo exótico en sus manos"

María Paz Zabalza (1025)

"Estancia Turística La Guanaca"

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



11 días. 18 desfiles. 780 estudiantes participantes. + de 3000 asistentes

Desfiles, muestras, video instalaciones y performances en Moda en Palermo

Del 17 de junio al 1 de julio se llevó a cabo una vez más, Moda en Palermo. Un ciclo de desfiles, video instalaciones y performances que congrega a las diversas cátedras de diseño, de 1º a 4º año de Diseño Textil y de Indumentaria de la Facultad de Diseño y Comunicación. Evento que toma más importancia cada cuatrimestre congregando a la comunidad de los futuros profesionales de la Universidad de Palermo.

Las diversas presentaciones que tomaron lugar son el resultado de la gran cantidad de proyectos creativos que se gestan dentro del marco de las asignaturas de diseño cursadas cada cuatrimestre y que constituyen el resultado de un proceso integrador de las habilidades creativas, técnicas, expresivas y metodológicas de nuestros estudiantes.

La posibilidad de llevar el mundo de las ideas al campo de lo posible es parte de la metodología propuesta en nuestra facultad. El proceso de aprendizaje de los estudiantes no finaliza en el aula, sino que toma cuerpo y puede vivenciarse en el ciclo **Moda en Palermo** con la exhibición y puesta en escena de una propuesta multidisciplinaria que ya es marca registrada en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Ver el diseño como una práctica es de fundamental importancia. El resultado deviene de un exhaustivo trabajo manifestado a través del proceso creativo. El diseño actúa como parte de un proceso. Entonces, generar ideas que devienen en un objeto de diseño materializable-materializado es una forma de ejercer el diseño. El resultado sintetiza la consolidación de un proceso de búsqueda y se hace visible en tanto la idea se materializa.

Por tal motivo, Moda en Palermo es hacer diseño y parte sustancial de un programa pedagógico pensado en continuar creando condiciones que estimulen la creatividad y predispongan ámbitos para la innovación y la experimentación en el desarrollo de la labor de los estudiantes. Un programa que incentiva a explorar, cultivar y desarrollar intuiciones, a conceptualizar y argumentar propuestas, a perseguir sueños, a aprehender vivencias, a materializar ideas, a concretar proyectos.

Moda en Palermo sintetiza inquietudes, búsquedas personales y las capacidades creativas de nuestros futuros profesionales del diseño en la manifestación concreta de un resultado de calidad tangible y visualizable. A continuación, los desfiles y performances que participaron organizados alfabéticamente por cátedra:

Dolores Althabe. "Opuestos complementarios". Diseño de envolventes corporales de ficción basados en bandas musicales contemporáneas (Diseño 1)

Eugenia Aryan. "Binomios cromáticos: Tipologías plegables en blanco y negro". Introducción de la geometría en piezas de ficción. (Diseño 1) • "Fantasías envolventes y geometría texturada en color". Exploración y propuestas de superficies diseñadas e implementadas en trajes volumétricos. (Diseño 1) • "Pares de rubros". Diferentes propuestas estéticas convergen en Arte-Alta-Costura y su par de uso cotidiano. (Diseño 3). Muestras Estáticas: "Texturas mixtas en blanco y negro". "Estallido táctil de color". Diseño de superficies con materiales diversos. • "Geometría y fantasía en el espacio". Exploración de cuerpos estructurales geométricos. (Diseño 1) • "Arte-Alta-Costura". Diseño de piezas conceptuales

convergen en un mundo surreal. (Diseño 3).

Claudia Barbera

"Trend spy". Los alumnos de Diseño 5 son buscadores de posibles futuras formas de vestir: En su búsqueda por las calles de la ciudad de Buenos detectan, indagan, analizan y resignifican datos para proponer nuevos estilos. (Diseño 5) • "Air vionnet". Los alumnos de Diseño 3 resignifican el modus operandi de la diseñadora Madeleine Vionnet y lo combinan con un tema de interés personal, generando así el arquetipo de la toda colección, materializándolo en vestidos para ocasiones de gala. (Diseño 3)

Natalia Barros. "Deconstrucción de las formas". A partir de la deconstrucción morfológica de tipologías del rubro sastrería y tejido de punto se propone la resignificación de un par de opuestos complementarios para generar un nuevo concepto en indumentaria. (Diseño 1)

Eugenia Biagioli. "Envolventes". Propuesta creativa a partir de la experimentación e intervención de diferentes materiales que cubren el cuerpo generando diversos recorridos morfológicos. (Diseño 1)

Eleonora Contino. "Del concepto a la idea. Relaciones. Antiguo y moderno; orgánico y estructurado; artesanal y sintético". Experimentación con diversos materiales; propuestas de texturas para el diseño de envolventes. (Diseño 1).

Pilar Cortina. "Moldería geométrica simple en alto impacto". Universo geométrico: El volumen avanza y se expande desde el cuerpo hacia el espacio. El blanco y el negro se ven salpicados de color. (Diseño 1).

Vanina D'antoni. "Construcción desde la deconstrucción. Taller de reciclaje". Desarrollo del discurso de indumentaria mediante el reciclaje de camisas y faldas; su deconstrucción, y resignificación dotándolas de un nuevo sentido comunicacional. (Diseño 2) • "Experimentación creativa". Construcción del discurso de alta costura mediante la exploración de elementos propios de la indumentaria conjuntamente con otros alternativos. Propuestas artemoda cuyo objeto es la sola comunicación del concepto del diseñador y su posterior resignificación hacia el código de uso. (Diseño 3)

Cecilia De Laurente. "Multicultural". Viaje a Marruecos. La vivencia de lo exótico, el color, la forma, las texturas, lo visible y lo invisible. Los sentidos se agudizan y dan lugar a siluetas diversas en conjuntos de indumentaria femenina. (Diseño 2)

Mariana Denizio. "Poética medieval" (Diseño 3)

Carla Desiderio. "Alegorías del pasado". Diseño de indumentaria masculina partir de las temáticas: tango, vintage y autóctono. (Diseño 4)

Lorena Gonzalez. "Nuevas estéticas urbanas". Propuestas de diseño para nuevas tribus urbanas, detectadas a partir de un safari fotográfico. (Diseño 5)

Ximena Gonzalez Eliçabe. "Identidad textil para la indumentaria". Desarrollo conceptual de diseño textil basado en la investigación del patrimonio cultural americano. Técnicas ancestrales y tec-

nología de avanzada convergen en propuestas de diseño de autor. (Accesorios 1) • "Textiles experimentales". Performance: Híbridos. Piezas morfológicas en espacio-tiempo. Del objeto-función al objeto-comunicación. (Accesorios 2). Muestra Estática: "Introspección. El cuerpo". Materiales / técnica: muñecos con materiales textiles; ensamble (Cuarto año).

Gustavo Lento Navarro. "De reinas y caballeros" (Diseño 3 y 4) • "Las reinas" (Diseño 3) • "Los caballeros" (Diseño 4) • "Relatos futuros" (Diseño 5) • "Nuevos talentos 2008" (Diseño 6).

Fernando Lopez Bizcaino. Muestra Estática: Diseño de marroquinería y calzado. "Pasado en presente". Diseño de zapatería de época. Piezas construidas con técnicas contemporáneas.

Maria Mihanovich. "Street and feeling report". Diseño de colección a partir de impresiones urbanas (Diseño 2).

Yanina Oro. "Envolventes". Opuestos que se complementan y conjugan. Interactúan con el cuerpo a través de diversas formas de una manera lúdica (Diseño 1).

Marina Quatromano. "Texturas envolventes". Exploración y transformación textil propuestas para diseños de envolventes (Diseño 1).

Lucrecia Rigoni. "Envolventes" (Diseño 1).

Marisa Schenone. "Bañadores de época. Décadas del 30, 50 y 70". En las década del 30 y del 50 se remarca la silueta femenina acentuando las líneas que recorren el cuerpo como lo hizo Dior en la década dorada del 50. Hoy, haciendo una retrospectiva de los últimos tiempos, se propone la silueta femenina en un lugar protagónico teniendo en cuenta la importancia de un cuerpo libre como lo deseaba la mujer del 60. (Tecnología Textil. Diseño de trajes de baño).

Marcelo Senra. "Mix de etnias". Globalización, encuentros de etnias en un mix de tradiciones, colores, texturas, volúmenes, diseños, desarrollando una colección entre la experimentación y la provocación: un binomio perfecto para lograr una perspectiva nueva haciendo surgir formas inéditas. (Diseño de Autor. Cuarto año).

Lucia Suarez Ardanaz. "Making off". Proyecto experimental que parte de la elección de un video + música + tipología base camisa y propone un diseño de alto impacto visual a través de la transformación y la incorporación de texturas táctiles como visuales. (Diseño 2)

Maria Jose Uslenghi. "Morfologías lúdicas". A partir de la metodología operacional de un diseñador y de la abstracción semántica de una idea rectora se generaron propuestas para una colección de Alta Costura. (Diseño 3).

Laura Valenzuela. "Distintas miradas y poéticas en el diseño de autor: surrealismo, dadaísmo, revolución industrial, art decó, art nouveau, años 20, medioevo, fetichismo".

Laura Valoppi. "Tipos texturizados". Sobre morfología y texturas de tipos socio psicológicos. (Diseño 1) • "Las visitantes". Sobre universos orientales y transformaciones tipológicas. (Diseño 2)

Andrea Vargas Prada. "Las ciudades y los ojos". Envolventes y texturas creadas en base a un cuento de Italo Calvino, Las ciudades invisibles. (Diseño 1)

Adriana Vazquez. "Equilibrio oculto". Manifestación creativa de texturas, colores y formas en busca de un equilibrio visual. (Diseño 1) (Por Eugenia Aryan, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación y Coordinadora General de Moda en Palermo)



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

