

diseño & comunicación

SEPTIEMBRE 2005

Publicación mensual de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, año 8, número 77

SUMARIO

- 2º Jornadas Universitarias sobre Diseño de Información: 10 Historias Visuales Página 2
- 7º Jornadas Universitarias de Diseño de Indumentaria y Textil: Joyas, biyou y accesorios. Diseño, tendencias y su rol en la Moda Página 2
- Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo: Ana María Picchio, Julio Chávez y Mauricio Wainrot Tapa
- Cátedra de Autor: Vero Ivaldi y Carlos Trilnick Página 4
- Cine Latinoamericano UP: Geoffrey Kantaris de la University of Cambridge Página 11
- Talleres Open DC octubre - noviembre 2005 Página 2
- Charla: ¿Qué es un cool hunter? Página 11
- Estudiantes de primer año de la Facultad premiados Página 12
- Escena Creativa 2. Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos: Luciano Suardi, Oria Puppo y Carlos Palacios Página 3
- Diálogo con profesionales. Ciclo de Desarrollo Profesional de los Cuartos Años de Diseño y Comunicación Página 3
- Reseña de Jornadas: Fotografía digital. 4º Jornadas Universitarias de Fotografía 2005 Página 4
- Computación gráfica. Talleres setiembre 2005 Página 4
- Profesionales Plus: Guía de currículums y catálogo de empresas de egresados DC Página 5
- IV Foro de Integración Académica Páginas 6 y 7
- Reseña de Jornadas: El profesional y el artista en la historieta argentina 4º Jornadas de Diseño de Historietas Página 8
- Proyecto de Graduación: Guía de lectura rápida Página 9
- Concursos segundo cuatrimestre 2005 Páginas 10 y 11

10 Historias Visuales

2º Jornadas Universitarias sobre Diseño de Información 2005
Auspiciadas por la SND Society For News Design
Río de la Plata

Jueves 15 de setiembre, 10 hs.

Página 2

Clarín La Nación Página 12 VisualMente Perfil

Joyas, biyou y accesorios: Diseño, tendencias y su rol en la Moda

7º Jornadas Universitarias de Diseño de Indumentaria y Textil

Martes 27 de setiembre, 10 hs.

Página 2

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

Los encuentros son los días lunes a las 15 horas en el Auditorio de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050, 6º Piso. Entrada libre y gratuita.

Coordinación: Claudia Krincun y Dardo Dozo.



5 de setiembre
Ana María Picchio



12 de setiembre
Julio Chavez



26 de setiembre
Mauricio Wainrot

Informes e inscripción: Teléfono 5199 4500 int. 1502, 1514, 1530. Mail: consultasdc@palermo.edu

Cátedra de Autor VEROIVALDI - CARLOS TRILNICK

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, de carácter electivo, 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.

- Cátedra de Autor - Vero Ivaldi
Diseño de una Colección
A partir del 6 de setiembre de 8 a 11.15
- Cátedra de Autor - Carlos Trilnick
Diseño en Movimiento (Diseño, Arte, Comunicación y Tecnología Digital)
A partir del 4 de octubre de 19 a 22

Página 4

PARA IR AGENDANDO - OCTUBRE

- 2º Jornadas de Producción de Espectáculos **4 de octubre**
- Festival de Cine y Video Latinoamericano **5 de octubre**
- Jornadas de Diseño de Información / II parte **11 de octubre**
- Jornadas de Patrimonio Cultural **13 de octubre**
- 3º Jornadas de Diseño Industrial **20 de octubre**
- 5º Jornadas de Planificación Estratégica de Medios **25 de octubre**
- El mes de los Vinos y las Bodegas **Durante octubre de 18 a 21 hs.**

Informes e inscripción: 5199-4500 int. 1502, 1514, 1530. consultasdc@palermo.edu. Libres y gratuitas.

Nuestros estudiantes invitan a comprar sus productos y ver sus obras en la Feria

feria

★ ★ ★ ★ ★
Venta de productos +
Bandas + espectáculos + arte
Estudiantes & Egresados
de Diseño y Comunicación

septiembre 18
22/23
de 10 a 18 hs



Cine Latinoamericano en UP Geoffrey Kantaris (Cambridge)

El martes 20 de setiembre a las 19 hs. se realizará en el Auditorio de la Universidad de Palermo una Mesa Redonda sobre Tendencia de Cine Latinoamericano con la presencia del Dr. Geoffrey Kantaris, Director del Centro de Estudios de la Universidad de Cambridge del Reino Unido, para presentar la publicación N° 18 de la Serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

Página 11



Talleres, libres y gratuitos, abiertos a la comunidad.

Nuevos contenidos. Nuevos temas.

Áreas de los talleres: Cine y TV - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Interiores - Diseño de Modas - Diseño de Parques y Jardines - Diseño Gráfico - Diseño Industrial - Espectáculos - Fotografía - Organización de Eventos - Publicidad / Marketing - Relaciones Públicas.

Comienzo: 17 de octubre

Página 2

¿Qué es un cool hunter?

Charla, libre y gratuita, a cargo de Gustavo Lento

Viernes 9 de setiembre, 19 hs.

Página 11

Estudiantes de primer año de la Facultad premiados

última página



Concurso: CREATIVIDAD TIPOGRAFICA
Diseño de nuevas tipografías
Primer premio compartido: Juan Coldaracena

El Dossier que acompaña esta edición está diseñado por las estudiantes Laura Gerbi y Alicia Sitnick



10 Historias Visuales

2ª Jornadas Universitarias sobre Diseño de Información 2005. Auspiciadas por la SND Society For News Design Río de la Plata

Jueves 15 de setiembre, 10 hs.

Coordinador: *Norberto Baruch B.*



Amartino Baruch B. Cambariere Cutini Edwards Fequet Paz Pujol Queral Ramirez Roa Senes Yako

<p>Clarín Página 12 OLÉ LA NACION</p> <p>10.00 APERTURA <i>Norberto Baruch B.</i> Director del Capítulo Rioplatense de la Society For News Design (SND-R)</p> <p>10.15 EL PODER DE LA IMAGEN O LA IMAGEN AL PODER <i>Pablo Temes.</i> Director de Arte del Diario Perfil.</p> <p>11.00 HUMOR Y CRISIS <i>Daniel Paz.</i> Historietista del Diario Página 12.</p> <p>12.00 CROMAÑÓN: OTRA MIRADA <i>Silvia Fesquet.</i> Editora Suplemento Zona del Diario Clarín. <i>Dani Yako.</i> Editor de Fotografía del Diario Clarín.</p> <p>13.00 Break</p> <p>14.00 BLOGS Y MEDIOS: LA AMENAZA DEL BORG <i>Mariano Amartino.</i> Consultor y responsable de los Weblogs de Clarín.com</p>	<p>15.00 LAS FOTOS DE TAPA DE LOS DIARIOS. LAS PREVISTAS Y LAS NO TANTO <i>Alejandro Queral.</i> Director de fotografía del Diario La Nación.</p> <p>16.00 OLE: INNOVACION EN MEDIOS GRAFICOS <i>Ricardo Roa.</i> Editor general del Diario deportivo Olé.</p> <p>17.00 REVISTAS Y WEB: DISEÑANDO CONTENIDOS PARA AMBOS MEDIOS <i>Marcelo Cutini.</i> Consultor y director de DOTZERO/red de talento.</p> <p>18.00 NO, NO Y NO: POCO PRESUPUESTO, MÁS RETÓRICA <i>Juan Pablo Cambariere.</i> Director de Arte del Suplemento Joven No, de Página/12</p> <p>19.00 VÍA LIBRE. DESCONTRACTURADO <i>Patricia Ramirez.</i> Directora de Arte del Suplemento Joven Vía Libre. Diario La Nación.</p> <p>20.00 USO CREATIVO DEL GRIS EN EL DISEÑO DE NOTICIAS <i>Cristóbal Edwards.</i> SND Latina</p>
--	--



Diseño de Información. La carrera

A partir de marzo 2006 la Facultad comenzará a dictar la carrera Diseño de Información, única en Argentina en su tipo. La carrera de tres años de duración otorgará el título Diseñador de Información que acaba de ser aprobado por el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología en la resolución N° 639 del 9 de junio de 2005.

Joyas, biyou y accesorios: Diseño, tendencias y su rol en la Moda

7ª Jornadas Universitarias de Diseño de Indumentaria y Textil

Martes 27 de setiembre, 10 hs.

La actividad tiene como temas centrales el diseño y las tendencias en joyas y accesorios protagonistas en el mundo de la Moda. Están invitados: Rolex, Santarelli, Zanotti, Swarovski, Sibilia, Ad joyas, AH Alicia Hendle y el CEJ, Complejo Educativo de Joyería, una

mesa de jóvenes emprendedores en el sector, entre otros. También tendrá lugar una charla sobre Introducción al Diseño de Joyas a cargo de la Prof. Lila Colpachi. Agenda sujeta a modificaciones



Informes e inscripción a las Jornadas: 5199 4500 int. 1502, 1514, 1530 / consultas@palermo.edu Sede del evento: Auditorio de la Universidad de Palermo. Mario Bravo 1050. 6° piso. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Libres y gratuitas.

Talleres, libres y gratuitos, abiertos a la comunidad.

Nuevos contenidos. Nuevos temas

Se abre la inscripción para los Talleres OPEN DC de octubre y noviembre 2005. Son más de 100 talleres dictados por profesores de la Facultad y profesionales que cubren múltiples temáticas del Diseño y las Comunicaciones. En el ciclo anterior participaron más de 3000 personas. Este ciclo renueva los temas y los contenidos.



Del 17 de octubre al 11 de noviembre

Carreras de Diseño

- Cómo presupuestar diseño
- El pensamiento dimensional
- Experimentación de técnicas y materiales de arte
- Implementación de la icnografía prehispánica peruana para la generación de diseños
- La revolución de las técnicas de producción gráfica y su influencia en las comunicaciones integradas de marketing
- Puntos, líneas y manchas
- Que decimos cuando decimos
- Taller de creatividad

Cine y TV

- El guionista y su oficio.
- El melodrama cinematográfico
- Guión de documental.
- La actuación en teatro, cine y televisión
- Los géneros cinematográficos: los de antes y los de hoy
- Peligros identificación. El Cine y el Discurso Audiovisual.
- Punto de vista y focalización.
- Seminario objetos maravillosos

Diseño de Imagen y Sonido

- De la idea a la mesa
- Diálogo en el cine
- El diseño sonoro y la música en el cine de animación
- Los efectos especiales aplicados a las nuevas tecnologías

Diseño de Interiores

- Croquis del espacio interior
- Diseño de loft
- El espacio interior
- Estilos arquitectónicos y madera
- Historia del mueble
- Técnicas de representación

Diseño de Modas

- Ilustración de figurín 2
- Texturas/técnicas de representación
- Negocios y moda
- Prensa y RRPP de marcas de moda
- Tejidos Autóctonos de la Argentina y América

Diseño de Parques y Jardines

- El paisaje urbano de la Ciudad de Buenos Aires.
- Las plantas del interior
- Perspectiva para paisajistas e interioristas
- Riego para pequeños espacios verdes

Diseño Gráfico

- El humor gráfico como herramienta de comunicación
- El otro interesante, aspectos introductorios a la señalética
- Pictogramas, su uso y evaluación
- Que compramos cuando compramos? Envase o producto

Diseño Industrial

- Reciclado de materiales para la construcción de juegos
- Tendencias estéticas en el diseñador industrial contemporáneo

Espectáculos

- El humor en el teatro de la no palabra
- Improvisación teatral. Entre el cuerpo y la palabra
- Instrumentación dramática: el cuerpo y la acción

Fotografía

- El arte del fotomontaje
- El discurso fotográfico
- El retrato fotográfico en el S. XIX y Primera mitad del S. XX
- Fotografía conceptual: trampa o herramienta?
- Fotografía de arquitectura: interpretando espacios a través de la imagen
- Introducción al gran formato

Organización de Eventos

- Business plan, sponsorship y funding para espectáculos de moda.
- Digalo mas fuerte
- Imagen profesional y personal
- Mega eventos. La moda y el deporte, un nuevo concepto
- Organización de eventos empresariales
- Organizar un evento exitoso
- Programación y producción de shows de rock
- Protocolo para la eficacia personal

Publicidad - Marketing

- Cosmética masculina. Análisis de un mercado en crecimiento
- El mensaje.
- Filosofía del marketing y la publicidad
- La agencia de Publicidad/Área de Cuentas
- La publicidad institucional: cuando se habla de empresa
- Marketing del diseño y la cultura
- Planificación estratégica de medios

Relaciones Públicas

- Asuntos Públicos
- Comunicación para microemprendedores
- Comunicándose con distintos públicos
- Empresas en crisis
- Gestión de prensa en las relaciones públicas
- House Organ o intranet: herramientas estratégicas de la comunicación interna en la institución
- Las relaciones públicas y la imagen «Marca país»

Todas las Carreras

- Algunas claves para el liderazgo en la era del conocimiento
- Arte, símbolos y misterios de la edad media
- Cómo armar un plan de negocios
- Cómo armar un proyecto de investigación
- Cómo escribir una reseña o crítica - periodística
- Cómo organizar una encuesta
- Cómo vender eficazmente
- El mejor producto no gana
- En la oscuridad de las cavernas
- Falacias en el discurso de los medios
- La metodología de la investigación
- Negociaciones empresariales
- Puedo ser mejor que la competencia?
- Taller de escritura académica

Inscripción: Personalmente: en Mario Bravo 1050, 5° piso de 9 a 21 o en los stands de la UP en los Shopping Abasto, Alto Palermo y Paseo Alcora. Por web: www.palermo.edu/dyc/depend/inscripcion

Escena Creativa 2

Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos.

En setiembre: Luciano Suardi, Oriá Puppo y Carlos Palacios.

En octubre: Pepe Cibrián Campoy y Gustavo Schraier

En noviembre: Alfredo Alcón, Héctor Calmet y Alicia Zanca.



Escena Creativa lo realizan en forma conjunta el Complejo Teatral de la Ciudad de Buenos y la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

CARLOS PALACIOS

Régisseur - Escenógrafo

Maestro de Arte Dramático, Autor, Régisseur, Director teatral y escenógrafo.

Cursó estudios de Arte Dramático en el Instituto Municipal de Teatro, Instituto Di Tella y egresó como régisseur del Instituto Superior de Arte del teatro Colón. Se ha desempeñado como autor, actor y director teatral. En la temporada 2002-2003 realiza la regie y escenografía de *L'elisir d'amore* de G. Donizetti en el Teatro Colón de la ciudad de Bs.As. En 2005, diseña la puesta en escena y la escenografía de un *Ballo in Maschera*, de G. Verdi, en el Teatro Avenida.



Los Seminarios de Autor conforman un espacio académico original creado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. En este espacio de capacitación y actualización los protagonistas y creadores de hoy presentan su producción, reflexionan sobre su obra, explican técnicas y, por sobre todo, dialogan con jóvenes que han comenzado a recorrer su mismo camino profesional y los reconocen como maestros. La coordinación académica del ciclo la realiza Héctor Calmet.

Dialéctica Director / Escenógrafo.
 La concepción de puesta en escena y la creación del espacio escénico.
 Martes 6 y 13 de Septiembre de 19 a 21 hs.
 Luciano Suardi - Oriá Puppo

En este seminario, Luciano Suardi (Director) y Oriá Puppo (Escenógrafo), se plantean abordar diferentes aspectos de la relación director-escenógrafo a partir de dos situaciones distintas: el trabajo sobre un texto dramático preexistente y la creación de un espectáculo, sin texto previo, donde todos los lenguajes se elaboran simultáneamente. El seminario tendrá una modalidad teórico-práctica. En su fase teórica se analizarán dos propuestas. El primer abordaje indagará sobre la relación «espacio textual espacio de representación» y será trabajada desde la versión que Suardi-Puppo realizaron de un texto dramático preexistente: *Panorama desde el puente* de Arthur Miller (Sala M. Coronado, 2004). El segundo ilustrará la dialéctica «espacio dramático-espacio escénico», donde la propuesta escenográfica se trabajó simultáneamente con los otros lenguajes a partir de una idea, para ello se analizará el espectáculo *Temperley* (Teatro Sarmiento, Ciclo Biodrama, 2002). En la fase práctica del seminario se desarrollará un ejercicio de la relación espacio-puesta en escena en base a un texto dado.

Ópera. Una aproximación a la Puesta en Escena
 Viernes 9, 16, 23 y 30 de Septiembre de 11:30 a 13:30
 Carlos Palacios

En el sistema teatral actual, la ópera está adquiriendo un lugar de protagonismo que se manifiesta en la apertura de nuevas salas dedicadas al género lírico, el variado repertorio y en un renovado interés por parte del público que apoya los espectáculos con su presencia. En este Seminario, el Maestro Carlos Palacios se propone abordar los caminos posibles de la puesta en escena de una ópera integrando el trabajo de los distintos roles del equipo creativo: régisseur, escenógrafo, vestuarista, caracterizador e iluminador. Su propuesta se basa en el conocimiento del planeamiento y desarrollo de una producción escénica para un teatro con posibilidades técnicas o para un espacio no convencional. Trabaja el concepto de creatividad en el diseño de una puesta en escena operística entendiendo al teatro como una forma de comunicación. Asimismo, se abordarán las distintas instancias del proyecto de puesta y los enfoques del equipo creativo en cuanto a escenografía, vestuario, iluminación y caracterización para llegar a la concreción y la producción de la ópera.

PARA IR RESERVANDO LUGAR EN ESCENA CREATIVA: OCTUBRE Y NOVIEMBRE

El hecho creativo. Del espacio vacío al espectáculo musical.
 Martes 4 y 11 de Octubre de 18 a 21 hs.
 Pepe Cibrián Campoy

Pienso, luego produzco. Esa es la cuestión. Introducción a la producción teatral.
 Miércoles 12, 19 y 26 de Octubre de 11:30 a 13:30 hs.
 Gustavo Schraier

Vestuario y Cine. Una aproximación al star system, el film de época y el cine de autor
 Martes 1, 8 y 15 de Noviembre de 19 a 21 hs.
 Beatriz Di Benedetto

La acción en Shakespeare
 Miércoles 2, 9, 16 y 23 de Noviembre de 11:30 a 13:30 hs.
 Alicia Zanca

La dirección como una búsqueda de equipo.
Una aproximación a las estéticas de Samuel Beckett y Bernard Marie Koltés
 Lunes 14 y 21 de Noviembre de 11:30 a 13:30 hs.
 Alfredo Alcón - Héctor Calmet

ORÍA PUPPO

Escenógrafa - Vestuarista

Entre algunos de sus trabajos como escenógrafa y/o vestuarista podemos citar: *Fuego en Casabindo* de H. Tizon, Teatro Colón; *Panorama desde el puente* de A. Miller, Sala M. Coronado TGS; *De Protesta*, Sala Casacuberta TGS; *La casa de Bernarda Alba* de F. García Lorca, Sala M. Coronado TGS; *Temperley* de Suardi/Tantianian, Teatro Sarmiento, *Dedos de B. Ortiz* de Gondra, Sala Cunill TGS; *Amanda y Eduardo* de A. Discépolo, Sala Casacuberta TGS; *Cine quirúrgico* de A. Tantianian, Porton de Sanchez; *El juego del bebé* de E. Albee, Teatro Maipo; *Unos viajeros se mueren* de D. Veronese, Teatro Callejón; *La Modestia* de R. Sprengelburd, Sala Cunill TGS, entre otros.



LUCIANO SUARDI

Actor, director y docente

Estudió con Alejandro Boero, Augusto Fernandes y Vivi Tellas. Se perfeccionó por dos años en el Lee Strasberg Theatre Institute de Nueva York. Actualmente, trabaja en *Un hombre que se ahoga*, versión de *Las tres hermanas* de Antón Chejov de Daniel Veronese. Sus trabajos de dirección incluyen *La espuma y Teresa R.* En el Complejo Teatral de la Ciudad de Buenos Aires dirigió *Los derechos de la salud* de Florencio Sánchez, *Temperley* dentro del ciclo Biodrama y *Panorama desde el puente* de Arthur Miller en la Sala M. Coronado del Teatro San Martín.



Héctor Calmet, Javier Daulte, Alicia Zanca y Ricky Pashkus dictaron Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos durante el primer cuatrimestre 2005

Seminarios de Autor
 EN TEATRO Y ESPECTACULOS

Este Ciclo de actividades gratuitas, está dirigido a estudiantes y jóvenes profesionales del campo del teatro y del espectáculo. Los interesados deben inscribirse en la(s) actividad(es) de su interés y enviar un curriculum resumido al Equipo Coordinador quien confirmará la inscripción de acuerdo a antecedentes y cupo. Informes e inscripción: consultas@palermo.edu
 Tel. 5199 4500 internos 1502, 1514, 1530. Mario Bravo 1050. 5º piso.

Diálogo con profesionales

Ciclo de Desarrollo Profesional de los Cuartos Años de Diseño y Comunicación

En el Ciclo de Desarrollo Profesional de los Cuartos Años de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación se dicta el Seminario de Especialización (opción: Diálogo con Profesionales). A continuación presentamos los profesionales que estarán presentes en setiembre:

Viernes 2 de Septiembre, 19 hs.

DISEÑO
Pablo Salomone. Info Desing de Clarín.

Lunes 5 de Septiembre, 9 hs.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS
Omar Bello. Presidente de Leo Burnett Argentina.

INTERIORES / MODAS / INDUSTRIAL
Andrea Prado. Pasión Argentina. Diseños Étnicos

CINE y TV / DISEÑO IMAGEN Y SONIDO / FOTOGRAFIA
Miguel Perez Montajista.

Lunes 5 de Septiembre, 19 hs.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS
Silvia Tripoloni. Gerente de Relaciones Públicas y Comunicación de L'Oréal.

Viernes 9 de Septiembre, 19 hs.

DISEÑO
Ricardo Drab. Diseñador RDYA.

Lunes 12 de Septiembre, 9 hs.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS
Cesar Padilla. Presidente y Director Gerencial de cuentas de Fisher América.

CINE y TV / DISEÑO IMAGEN Y SONIDO / FOTOGRAFIA
Andrés Mayo. Coordinador de Tango DVD

DISEÑO DE INTERIORES

Fernando Urbelarrea. Diseñador de Interiores. Especialista en Color.

Lunes 12 de Septiembre, 19 hs.

PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS
Mariana Giacumbo. Gerente de Comunicación e Imagen de Gas Natural (a confirmar)

Lunes 26 de Septiembre, 9 hs.

CINE y TV / DISEÑO IMAGEN Y SONIDO / FOTOGRAFIA
 Taller de Diseño Editorial.

DISEÑO INDUSTRIAL
Juan Diciervo. Diseño de Iluminación.

Viernes 30 de Septiembre, 19 hs.

DISEÑO
Maria Fernanda Caminos. Senior Brand Manager de SER para Danone.

En las actividades del Programa Diálogo con Profesionales pueden participar exclusivamente los estudiantes de cuarto año de la Facultad de Diseño y Comunicación. Para participar como invitado en este ciclo Diálogo con Profesionales comunicarse con Romina Pinto al 5199-4500 int. 1508 o por e-mail rpinto@palermo.edu.ar.

“El problema no es la tecnología sino qué hacemos con ella. Hay que ser estudiantes permanentes y estar constantemente actualizados”

Mariano Molinari en las 4^ª Jornadas Universitarias de Fotografía 2005 tituladas Fotografía Digital

El jueves 28 de julio se llevaron a cabo las 4^ª Jornadas Universitarias de Fotografía organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación junto la revista f:22. El objetivo de éste encuentro fue analizar y reflexionar, a partir de trabajos realizados por diferentes artistas y profesionales, sobre la situación actual de la fotografía en el campo digital en la Argentina y en el exterior.

A partir de un estudio del panorama de la Fotografía Digital en la actualidad, **Julían Dubosq**, especialista en Tecnología Digital y docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, abrió un debate sobre la optimización del uso de la tecnología a la hora de la realización y obtención de diversos productos fotográficos. Mostró las novedades en equipamiento y sistemas de bajada digital. Contestó a preguntas muy puntuales sobre el uso de determinada tecnología en particular.

Mariano Molinari, Fotógrafo publicitario, habló sobre la situación actual de la fotografía publicitaria en nuestro país y su visión con respecto al exterior. Clasificó las distintas especialidades dentro de la Fotografía para introducirse luego en su especialidad. Sostuvo que, para el fotógrafo independiente, se amplía más el mercado que para las Agencias Publicitarias y remarcó que las características de omnipotencia, credulidad e individualismo del argentino, imposibilita el crecimiento en conjunto, sumándole a esto, que tendamos a adoptar todo lo nuevo, sin reflexionar objetivamente sobre su beneficio. «La diferencia más significativa con el exterior, es que afuera, existe una mayor organización laboral y eficiente. Los créditos bancarios, el tipo de cambio y los recursos al alcance de la mano, son factores determinantes al momento de trabajar. El problema no es la tecnología sino qué hacemos con ella. Hay que ser estudiantes permanentes y estar constantemente actualizados, sin olvidar, que la información más importante, estratégica y rica está en inglés.» Finalizando su exposición, intercambió con el público conocimientos sobre características básicas de distintas clases de cámaras digitales.

Con el acompañamiento musical de TecnoTango, **Don Rypka**, hizo la presentación formal de su nuevo trabajo «Buenos Aires off». Este último trabajo de Rypka, narra la vida cotidiana del «porteño» en diferentes espacios de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires. «Hay muchos trabajos para gente de elite de Buenos Aires, pero no para la gente de Buenos Aires y eso es lo que yo hago, ya que me identifico con la gente de Buenos Aires» comentó Rypka.

«Buenos Aires off» está basado en las cosas que lo atan a él a esta ciudad. Los lugares, las situaciones que atrapan al fotógrafo norteamericano en un país como la Argentina. Más tarde, el editor del Diario Clarín, **Jorge Duran** y el fotógrafo del mismo medio **Gustavo Ortiz**, expusieron sobre el proceso de digitalización en prensa. Hablaron a modo de reseña histórica sobre la evolución de la tecnología en cuanto a la fotografía, mostrando ejemplos de cada década. «Si bien se ahorra más tiempo con las máquinas digitales la calidad se ha perdido».

Las imágenes archivadas en el diario, comentaron, desde 1995 en adelante son digitalizadas, pero se debe hacer un constante «backup» ya que se teme por la durabilidad de las mismas. Pareciera ser que la fotografía en prensa trabaja a modo de archivo histórico donde hay que tener sumo cuidado en el trato de las piezas y por otro lado, en la autoría del material.

En el cierre del evento, **Martin Rosenthal**, Presidente y Fundador de «ph15», presentó los trabajos realizados por alumnos pertenecientes a dicho programa. «ph15» es un espacio de creatividad y expresión a través de la fotografía, destinado a chicos y adolescentes que viven en uno de los barrios de emergencia más violentos y marginales de la ciudad de Buenos Aires: la Villa número 15, denominada «Ciudad Oculta». Las actividades del Taller están orientadas al despliegue de la creatividad fotográfica como nuevo lenguaje de expresión. A través del mirar y mostrar las distintas realidades de sus vidas, los chicos desarrollan su propia mirada sobre todo lo que los rodea, con otra perspectiva. Registran su cotidianeidad de manera muy espontánea y libre: son miradas desde adentro, manifestación viva de una parte de la sociedad marcada por la pobreza urbana, que legitiman plenamente la expresión artística de sus identidades marginales, sin dejar nunca de lado la búsqueda de la calidad artística. La filosofía de «ph15» es la individualidad de cada chico, como así también la concientización del trabajo en equipo para lo cual, en cada encuentro, se muestra y se analiza el material producido por cada uno y luego todo

el grupo participa en la selección de las mejores imágenes, incentivando la formación y el intercambio de opiniones.

En esta ocasión **Eugenio Alfonso**, alumno de «ph15», expuso tres de sus obras, las cuales fueron premiadas en diferentes lugares del exterior. Las obras de Eugenio Alfonso formaron parte de la Muestra que se organizó la Facultad como parte de las 4^ª Jornadas Universitarias de Fotografía 2005.



Julían Dubosq

Don Rypka



Jorge Duran (der.) y Gustavo Ortiz, editor y fotógrafo del Diario Clarín respectivamente



Martin Rosenthal, Presidente y Fundador de «ph15» (izq.) y Eugenio Alfonso, alumno de «ph15»

Vero Ivaldi

La diseñadora desarrolló durante el primer cuatrimestre 2005 su Cátedra de Autor. Al finalizar la misma, los estudiantes presentaron sus creaciones en un desfile con más de 300 asistentes en el centro Cultural UP, Jean Jaurés 932, el 5 de julio.



Cátedra de Autor

VEROIVALDI - CARLOS TRILNICK

¿Cómo participan los estudiantes?

Los estudiantes de la Facultad cursan la Cátedra de Autor como materia electiva. Deben anotarse como lo hacen habitualmente. Cada Cátedra tiene sus propias exigencias de cupo y de grado de avance de los inscriptos en su carrera. Es importante tener en cuenta que la exigencia de compromiso hacia los estudiantes es muy alta y

que es requisito para aprobar la cursada y el final que cada estudiante participe con sus creaciones en el desfile o muestra final de la cátedra en las formas y fecha que la misma determine. En el segundo cuatrimestre 2005 se realizarán dos Cátedras de Autor:

- **Vero Ivaldi. Desarrollo de una Colección**
A partir del martes 6 de septiembre de 8 a 11.15 hs. (8 encuentros).
- **Carlos Trilnick. Diseño en Movimiento (Diseño, Arte, Comunicación y Tecnología Digital)**
A partir del martes 4 de octubre de 19 a 22 hs (8 encuentros).

Computación gráfica

TALLERES SETIEMBRE 2005

CREACION DE OBJETOS 3D CON 3D STUDIO

Introducción a la creación de objetos tridimensionales para representación de productos, logotipos corporativos y ambientes escenográficos. No se requiere conocimiento previo del programa.

Lunes 12, 19 y 26 de setiembre de 17.15 a 18.45 (Lab-53)

PREPARACION DE ORIGINALES CON ILLUSTRATOR

En este módulo se explicarán las diferentes aplicaciones de este programa para confeccionar originales para impresión profesional. Trama, fotocromía, separación de colores, utilización de texto, máscaras, etc.

Lunes 12, 19 y 26 de setiembre de 19 a 20.30 (Lab-53)

CREACION DE GRAFICOS CON COREL

Uso de este programa vectorial para la creación de gráficos vectoriales, para todo tipo de aplicaciones, ya sea para diseño gráfico, indumentaria, interiores, etc.

Lunes 12, 19 y 26 de setiembre de 20.30 a 22 (Lab-53)

RETOQUE DE IMAGENES CON PHOTOSHOP

Este módulo se referirá a los retoques de imágenes para su mejor utilización según aplicaciones de impresión, medios visuales, Internet, etc. Montaje fotográfico, ajuste de color, tono y saturación. Corresponde a un Photoshop básico.

Martes 13, 19 y 27 de setiembre de 11.30 a 13 (Lab 53)

PREPARACION DE ORIGINALES CON COREL

En este módulo se explicarán las diferentes aplicaciones de este programa para confeccionar originales para impresión profesional. Trama, fotocromía, separación de colores, etc. Corresponde a un Corel más avanzado.

Miércoles 14 y 28 de setiembre y 5 de octubre de 8.30 a 10 (Lab-53)

CREACION DE ANIMACIONES CON FLASH MX

En este módulo se plantearán las herramientas y algunos trucos para realizar increíbles animaciones 2D con el Flash, además de la aplicación de efectos de movimientos a los textos. Corresponde a un Flash básico.

Miércoles 14 y 28 de setiembre y 5 de octubre de 10 a 11.30 (Lab-53)

DISEÑO DE SITIOS WEB CON FLASH MX

Creación de sitios web con animación, movimiento, interactividad, música y efectos especiales, aprovechando las múltiples capacidades de este programa. Corresponde a un Flash avanzado. Se requiere conocimientos del programa.

Miércoles 14 y 28 de setiembre y 5 de octubre de 11.30 a 13 (Lab-53)

DISEÑO DE SITIOS WEB CON DREAMWEAVER

La forma más sencilla de crear páginas personales web sites con el programa líder en el rubro. Utilización de tablas y capas, inclusión de imágenes y archivos de medios como Flash y videos.

Jueves 15, 22 y 29 de setiembre de 11.30 a 13 (Lab 52)

OPTIMIZACION DE IMAGENES CON PHOTOSHOP

En este módulo se verá cómo optimizar las imágenes para un mejor rendimiento según el uso para impresión, ampliación e Internet. Corresponde a un Photoshop avanzado. Se requiere conocimiento del programa.

Viernes 16, 23 y 30 de setiembre de 11.30 a 13 (Lab-52)

HORARIO DE CONSULTA: Todos los martes de 17.30 a 18.30 (Lab-52)

Informes e inscripción: Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 5° piso. Tel. 5199 4500 int. 1510 / fdy@palermo.edu.ar

Profesionales egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación

La Facultad está elaborando, en el marco del Programa Profesionales Plus, una Guía de Currículums y un Catálogo de Empresas de sus egresados. A partir de este número del periódico DC se incorporan datos de egresados que se suman a este proyecto. Se transcribe el correo electrónico de los egresados para facilitar el contacto de los interesados.

Profesionales PLUS
Guía de Currículums y Catálogo de Empresas
 Participantes de la Facultad de Diseño y Comunicación

Desde su creación han egresado más de 1500 profesionales de las diferentes carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. Son jóvenes profesionales que están desarrollando su actividad en empresas o en estudios propios, en el país o en el exterior.
 Con el fin de estimular la difusión y promoción de las actividades de sus egresados en el campo profesional y empresarial nacional e internacional la Facultad organizó el programa Profesionales Plus.

Guías de Currículums de egresados DC

Maria Luz Abadjan
 luluyaba@hotmail.com

Diseñadora Gráfica (Egresada UP 2002). Le interesa desarrollarse en el área de imagen institucional, desarrollos multimediales y diseño de sitios web.

Trabaja en relación de dependencia en una empresa dedicada a desarrollos de diseño web, diseño gráfico e "e-commerce", "Evolweb". Realizó trabajos de diseño de imagen corporativa y diseño de sitios web. Fue encargada del Departamento de Gerencia Comercial, del Hipódromo Argentino de Palermo y del Departamento de Diseño de Evolveb. Fue finalista del concurso del rediseño del logo de "CCAB" (Cámara de Comercio Argentino-Británica) y recibió primera mención en el concurso de fotografía de la Universidad de Palermo en el año 1999.

Maria Jimena Agasi
 jimenaagasi@yahoo.com.ar

Licenciada en Relaciones Públicas (Graduada UP 2004). Su Trabajo Final de Grado fue "Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción para mejorar los efectos de la televisión". Le interesa desarrollarse en el área de comunicación estratégica, así como en la planificación y ejecución de eventos empresariales. Trabaja en "Casimiro", en el área de recepción y es encargada de la atención al público, las reservas, de la organización de eventos sociales y empresariales, del manejo del merchandising, de la implementación de las acciones de fidelización de clientes, así como de la asesoría en franchising.

Leticia Agüero
 laguero_@hotmail.com

Diseñadora gráfica (Egresada UP 2000). Le interesa desarrollarse en el área de diseño y comunicación. Trabaja en relación de dependencia en la Central Multigráfica "Aller Atucha". Realizó trabajos independientes de diseño y producción de marcas. Fue encargada de las piezas graficas de comunicación de "Fresh Water", en el periodo que trabajó en Premier Marketing (Agencia de promociones en puntos de ventas). Obtuvo una mención en el concurso «Imágenes 98» Universidad de Palermo.

Sofía Albanell
 potyalbanell@hotmail.com

Licenciatura en Publicidad* (Egresada UP 2002). Le interesa desarrollarse en el área creativa de la agencia sobre todo en la dirección de arte.

Trabaja en Young & Rubicam México. Es directora de arte de clientes como Ricolino, Barcel, Movistar, ONU. También trabajó en Betancourt/Beker Euro RSCG con las cuentas de Argentina trabajó en VGP/Argentina con cuentas como Fibertel, Pago Fácil, Matjan, Massey Ferguson. Estudió fotografía específica para directores de arte con Ricardo Trabulsi.

Carla Ale
 carlaale@arnet.com.ar

Diseñadora de Interiores (Graduada UP 2002). Su Trabajo Final de Grado fue "Las vidrieras y su falta de diseño". Le interesa desarrollarse en el área del diseño de interiores de viviendas y oficinas.

Trabaja en forma independiente en su estudio de diseño «Carla Ale – Arquitectura Interiors». Realizó trabajos de diseño y dirección en viviendas y locales comerciales, aplicando en este último imagen corporativa. Obtuvo mención especial en trabajo monográfico y primer premio compartido en trabajo de diseño, ambos concursos organizados por la Universidad de Palermo.

Ana Laura Andino
 aniandino@fibertel.com.ar

Diseño Textil y de Indumentaria * (Egresada UP 2004). Le interesa desarrollarse en el área de imagen corporativa y desarrollo de producto. Trabaja como productora de moda en Editorial Atlántida, en las revistas "Floricienta" y "Para Ti Mamá". En la Universidad de Palermo realizó trabajos destacados en el campo de diseño de calzado.

Maria Nazareth Bagur
 mnazab@hotmail.com

Diseñadora Textil y de Indumentaria (Graduada UP 2002). Su Trabajo Final de Grado fue "Imagen versus moda". Le interesa desarrollarse en el área de desarrollo de producto o dentro del área de producción de modas en revistas especializadas. Trabaja en forma independiente desde hace 4 años en su micro-emprendimiento que consta de una línea de tejidos de punto y accesorios artesanales «Cala». Fue mención especial del concurso «La punta inicial» (Vitamina- Revista la Nación 2000) y participó del desfile muestra Espacio Grafa representando a la Universidad de Palermo.

Gabriel Balbinot
 gabrielbalbinot@hotmail.com

Licenciado en Publicidad (Graduada UP 2002). Su Trabajo Final de Grado fue "Como tal...la influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes". Le interesa desarrollarse en el área de creatividad, dirección de arte, desarrollo de producto y comunicación.

Trabaja en el departamento creativo y de diseño de Leo Burnett Argentina. Realizó trabajos de diseño y producción de marcas en forma independiente. Trabajó en el área creativa y de diseño en otras empresas para cuentas como (Bank Boston, Marlboro, Fiat, Philip Morris, Mc Donalds, Lacoste, Erickson y otras).

Federico Barabani
 federicobarabani@yahoo.com.ar

Licenciado en Publicidad (Graduada UP 2003). Su Trabajo Final de Grado fue "Kicomania". Le interesa desarrollarse en el área creativa (redacción y desarrollo de campañas publicitarias) y marketing. Trabaja en el área administrativa en una empresa, y paralelamente realiza trabajos free-lance como creativo publicitario y diseñador gráfico. Fue ejecutivo de cuentas y planeamiento; encargado de publicidad y prensa en una FM; creativo publicitario y diseñador gráfico free-lance (Estudio creativo de diseño y comunicación Levi & Levy, Fm KRB 92.5 MHz, DS Mkt. Y Publicidad, Pharma Consult, etc.).

Catalina Berardi
 catalinaberardi@hotmail.com

Diseñadora de Indumentaria (Graduada UP 2003). Su Trabajo Final

de Grado fue "Moda y Psicología". Le interesa desarrollarse en el área de Diseño de Indumentaria y Textil como diseñadora de indumentaria informal en una empresa de tejido de punto. Trabaja en forma independiente en su estudio de diseño «CALA TEJIDOS» Fue Mención en el Concurso organizado por La Nación y Vitamina (LA PUNTADA INICIAL)

Maria Florencia Bollini
 florenciabollini@hotmail.com

Licenciatura en Relaciones Públicas * (Egresada UP 2005). Organizadora de Eventos (Egresada UP 2003) y Comunicadora Empresarial (Egresada UP 2002). Actualmente se desarrolla en el área de imagen institucional, marketing y comunicación. Trabaja en forma independiente como asesora del Directorio en la Corporación Puerto Madero S.A. Asimismo, asesora a funcionarios públicos en Marketing político y comunicación. Realizó la campaña de reposicionamiento del Barrio Puerto Madero (2004 / 2005). Fue finalista del concurso «La influencia de Internet» (UP 2000) y ganadora del concurso «La noticia comparada» organizado por la Universidad de Palermo. Temporalmente, se encuentra en Madrid, asesorando a la productora TVC Sport en Comunicación y Organización de Eventos, para uno de sus productos.

* Adecuó el Trabajo Final de Grado.

Para más información sobre el Programa Profesionales Plus: Sede Mario Bravo 1050: Tamara, 5º piso, 5199 4500 int. 1528. Sede Jean Jaures: Carolina, 1º piso, 5961 3160. Mail a: egresadosdc@palermo.edu.ar

Catálogo de Empresas de egresados de DC



Comunicación, Diseño, Marketing Directo y Publicidad
 Diego A. Ruiz. Diseñador Gráfico (Egresado UP 1994)
 info@ruizpalacios.com.ar
 www.ruizpalacios.com.ar
 Bolívar 1887, 8º D
 43001121 - 43612808

Ver trabajos en esta misma página >>>>



Bank Boston. House Organ. Revista interna de comunicación para empleados del banco, 8 páginas, formato diario, impresión off-set.



Metrogas. House Organ. Revista interna de comunicación, y managment para empleados de Metrogas, 36 páginas impresión off-set



Beldent Energy Pieza de comunicación para el lanzamiento de un nuevo chicle, dirigida a mayoristas y distribuidores del mercado de golosinas.



Glade Auto Sport. Material pop para supermercado y folletería para distribuidores comunicando el lanzamiento del producto



Bazooka. Marketing Directo. Pieza especial para creativo nuevo chicle bazooka, dirigida a kiosqueros.



Chicle Spider-man 2. Material pop para comunicación en kioscos y mayoristas, a nivel nacional e internacional



Provincia Seguros Diseño de folletería para promocionar diferentes tipos de seguros y coberturas.



Ziploc Sandwich. Diseño de packaging para mercado internacional

IV Foro de Integración Académica

Portfolio. Evaluación Integradora de Aprendizajes

Durante la semana del lunes 1º al viernes 5 de agosto último se realizó la cuarta edición del Foro de Integración Académica de la Facultad de Diseño y Comunicación. El Foro es uno de los momentos en que los profesores se reúnen por Departamento para intercambiar ideas y propuestas avanzando en la construcción compartida del estilo pedagógico de la Facultad.

Evaluación de Aprendizajes

Este año la temática estructurante fue la evaluación integradora de los aprendizajes, recursos, estrategias e instrumentos. Previamente, como todos los años, se solicitó a los docentes de la Facultad un texto breve sobre la temática descripta, cuya recopilación forma el N° 8 de la línea Escritos en la Facultad, iniciada este año por el Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

El Foro se organizó en dos momentos de trabajo diferenciado, el primero reunió al Decano de la Facultad, al Equipo de Gestión Académica y a todos los docentes de cada uno de los departamentos. En esta instancia se trataron los siguientes temas: Concursos Docentes, Licenciatura en Diseño, Encuentro Latinoamericano de Diseño agosto 2006, Programa de Capacitación Docente, la línea de publicaciones Escritos en la Facultad, la política editorial y la introducción al tema convocante que luego desarrolló la profesora Cecilia Noriega.

En la segunda instancia los profesores fueron agrupados de acuerdo al año en el cual dictan sus asignaturas y se trabajó sobre un documento propuesto por el Equipo de Gestión Académica, con los criterios de evaluación por año y por carrera. Este documento se puso a consideración de los profesores para su corrección y aportes con el objetivo de definirlos claramente para la posterior confección de matrices de evaluación integradora.

En esta segunda etapa se trabajó también con las grillas de contenidos mínimos de cada una de las carreras, documento presentado y puesto a consideración de los docentes en las Jornadas de febrero 2005. Este documento fue enriquecido considerablemente con los aportes de los profesores y por los documentos generados en las horas MAP.

Esta metodología de trabajo se encuentra dentro del marco conceptual de evaluación integradora que se está desarrollando durante este año. Se considera a la evaluación como la instancia en la cual los docentes recogen información para rediseñar sus estrategias de enseñanza, así como también una instancia de aprendizaje clave para los estudiantes. En esta línea de pensamiento se propone buscar momentos en el trayecto universitario, de integración en la evaluación de la asignatura troncal al término de cada año de la carrera. De esta forma el estudiante será evaluado en forma integral con el aporte realizado por cada una de las asignaturas, y así al finalizar su carrera el estudiante tendrá una suerte de biografía universitaria.

El propósito perseguido es la construcción de una matriz de evaluación por año y por carrera, instrumento pedagógico, que tiende a la objetividad, profesionaliza la evaluación, baja en alto grado el nivel de conflicto y estimula la metacognición. Es de destacar el altísimo grado de asistencia y participación de los profesores a este espacio consolidado, fecundo y de integración del claustro docente, desde donde se gestan las líneas de acción y los documentos pedagógicos en pos de la calidad académica, continuando con la tradición democrática de la Facultad.

Escritos en la Facultad

Acompañando al Foro se publicó y distribuyó el N° 8 de la serie Escritos en la Facultad. Esta publicación que lleva el título del Foro "Portfolio. Evaluación Integradora de Aprendizajes", reúne aportes, propuestas y relatos de experiencias de 112 profesores de la Facultad sobre la temática convocante. En la página 7 se puede consultar la lista de profesores que publicaron artículos y se transcriben algunas frases significativas incluidas en la publicación. Se puede retirar ejemplares sin cargo en el centro de Recursos de la Facultad.





Profesores que publicaron artículos en Escritos en la Facultad N° 8 "Portafolio. Evaluación integradora de Aprendizajes", agosto 2005.

S. Abadi, L. Africano, B. Alba, A. Antolin Dulac, M. Antunez, O. Aprile, C. Arach, C. Artesi, E. Aryan, M. Balabani, A. Banchemo, D. Belmes, S. Berkoff, M. Bernardez, M. Bianchi Bustos, L. Blisniuk, F. Bustingorry, H. Calmet, S. Cantesano, V. Carreras, R. Castro, J. Coria, A. Cristofani, S. Crosa, M. Cuerdo, A. De Felice, A. Del Carril, M. Del Pino, F. Del Vecchio, C. Desiderio, D. Di Bella, D. Di Pascua, A. Direse, D. Ditter, J. Doldan, M. Domini, D. Dozo, M. Escobar, M. Farandello, A. Farini, C. Fernández, G. Fernández, L. Ferrari, C. Galbusera Testa, D. Gallego, R. Garbarini, V. Gentile, S. Gil Miranda, S. Gittlein, H. Glos, M. Gómez Kodela, A. Grinberg, M. Guevara, B. Gustavo, A. Harari, D. Hernández Flores, V. Hojberg, M. Incorvaia, M. Iriarte, P. Iurcovich, D. Kajt, R. Keselman, A. Khalil, C. Kricun, A. Langlois, S. Levinton, E. Lopasso, A. López, F. Luque, L. Lynch Garay, A. Marino, C. Menéndez, C. Miljker, A. Monfzani, C. Noriega, A. Ogando, D. Ostrovsky, A. Palacio, D. Palma, F. Panichelli, M. Panaccio, G. Pascualetto, S. Pascusso, E. Pesce, V. Peterle, J. Petris, N. Pinkus, M. Pizarro, M. Polack, E. Poncet, C. Preci, E. Reca, E. Reta, J. Rodríguez, R. Rodríguez, V. Rodríguez, F. Roig, P. Romani, C. Rubert, T. Ruiz, A. Saenz Valiente, M. Sanchez, M. Sanguinetti, N. Santomartino, I. Scaletzky, G. Schilman, A. Senderowicz, A. Serna, F. Sislan, P. Sofía, M. Stortoni, V. Suárez, L. Teima, G. Torres, J. Tovorovsky, D. Tubio, G. Valdés, L. Vázquez, V. Villar, N. Weinszelbaun, A. Walsh, M. Zangrandi, C. Zuvalde.

«La evaluación es, según nuestro parecer, una instancia en la que queda en evidencia no sólo el trabajo del estudiante sino también el realizado por el docente».
(Julia Coria) Pág. 8

«La evaluación debe transformarse necesariamente en autoevaluación».
(Alfredo Marino) Pág.20

«El desafío para los docentes es, generar un marco comunicativo dialógico, donde la evaluación se desarrolle como un proceso en construcción, dinámico e intersubjetivo. En términos lingüísticos, una instancia más cercana al habla que a la lengua».
(Florencia Panichelli) Pág. 22

«Aquel que enseña, además de estar preparado para enseñar, debe estar bien dispuesto a aprender».
(Marco Sanguinetti) Pág. 26

“Esto es arte y es industria al mismo tiempo y ahí es donde está el jugo más sabroso que tiene la Historieta cuando se la analiza”

Andrés Accorsi en las 4^º Jornadas Universitarias de Diseño de Historietas 2005
 El profesional y el Artista en la Historieta Argentina

El martes 5 de julio se llevaron a cabo las 4^º Jornadas Universitarias de Diseño de Historietas organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación y el Museo de la Caricatura Severo Vacaro. Estas jornadas generaron no solo un espacio de encuentro para que maestros, profesionales y estudiantes intercambien experiencias sino que también consolida un ámbito de referencia que anualmente, esta es la 4^º edición, convoca y reúne a los protagonistas de esta actividad.



El Diseño de Historietas en la actualidad es expresión artística, vehículo de comunicación, medio de intercambio cultural, emprendimiento económico y actividad empresarial. La formación de un Diseñador de Historietas tiene que ser amplia, sólida, rigurosa e interdisciplinaria. La Facultad de Diseño y Comunicación entendió hace ya cuatro años la importancia que, en un ámbito universitario, la creación de historietas se aproximara al campo académico del Diseño. Por esta razón comenzó a dictar el Programa Universitario en Diseño de Historietas. A partir del año 2006 se convierte en la única carrera universitaria que otorga en nuestro país y en América Latina el título de Diseñador de Historietas (3 años de duración). Este fue uno de los temas abordados, luego de la bienvenida oficial y una pequeña reflexión sobre el panorama de la Historieta en la actualidad, en la exposición de **Jorge Falcone**, docente de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, en la apertura de este evento. **Oscar Capristo**, docente de la primera mesa redonda, realizó una introducción a la charla a partir de la historia de los críticos de historietas en Argentina. Cada expositor contó como comenzó como crítico. «Lo peor que tiene la crítica es que viene después de que el acto fue consumado» dijo **Andrés Accorsi**. «El crítico no es un cana es un forense». «La crítica aparece con la comparación y el estudio de diferentes autores. Los críticos son la lógica alternativa al marketing» concluye Accorsi.

Diego Agrimbau, guionista, crítico y crítico-dibujante, habló de la relación entre críticos e historietistas. Habló de la posición de la crítica como algo bueno y no buscar lo malo y nada más. La crítica es sumamente necesaria. «Hay una orfandad de pensamiento general» en la Argentina y de la historieta en general. «Hay que empezar a construirla» agregó también «Para eso está la crítica, para construir un consenso general para que la cosa esté cada vez mejor». Por otro lado **Fabio Blanco** dijo que «la mejor literatura de final del siglo 20 está en la historieta». «Si hay crítica de cine, de teatro, porque no hay crítica de historieta?». Preguntó también «... ¿Por que no está en la lista de arte que subvenciona el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires?». Algunas de las conclusiones fueron que en los países donde la historieta tiene una considerable producción artística son los países donde la crítica también es importante. No hay un concepto de análisis de la historieta en Argentina. «Esto es arte y es industria al mismo tiempo y ahí es donde está el jugo más sabroso que tiene la historieta cuando se la analiza» remató Accorsi. Capristo cerró el debate concluyendo que el arte no es un elemento que se puede intercambiar. El arte es irreproducible. La comparación entre artistas es desleal.

Al terminar con la mesa de críticos, el evento continuó con la mesa de artistas que trabajan para el mercado norteamericano.

Quique Alcatena comenzó diciendo que «el que se plantea yo quiero trabajar para Marvel... se está autoimponiendo un límite que es totalmente irreal y que en última instancia va a dañarlo como artista.» «Y para lo que nos convoca que es el mercado norteamericano, quizás sea el más limitante para la expresión personal». «Uno está trabajando con marcas registradas... Es un desafío como trabajo, también es muy divertido.»

Marcelo Sosa comentó sus inicios como dibujante. Cómo armaron el equipo con Juan Bobillo. Comentó que lo que más les gustaba era dibujar. Haciendo referencia al mercado norteamericano «...hay que respetar ciertas pautas que están por encima del dibujo... la idiosincrasia...» Hay que respetar los personajes, lo que dicen los guionistas. «...te limita las horas de vuelo.»

Juan Bobillo contó que el mercado internacional «...te permite entender como trabaja una industria grande...» Contó cómo a partir de la generación de un personaje propio se le empezaron a abrir otros mercados. «Si uno dice yo funciono mejor haciendo comedia lo agradecen... lo toman como profesional...» «La historieta es importantísima terminaría y no quedarse en el camino» Ambos contaron que el artista argentino trabaja muy habitualmente para el mercado externo. Relataron cómo empezaron a trabajar para el mercado nacional y luego internacional y como les ayudó «Anita, la hija del Verdugo».

Para cerrar la mañana **Fernando Sendra** ilustró su conferencia con trabajos propios como «Yo Matías» y otros. Contó al auditorio como comenzó su carrera, la diferente relación que estableció con los editores de los distintos medios gráficos. Cómo pudo imponer personajes creados desde su elección y como trabajó personajes pedidos por encargo. Cómo se tiene en cuenta el target en este medio. Cómo varían las temáticas en base al público a quién va dirigido el medio.

Héctor Ferrari y Oscar Capristo, abrieron la segunda parte de la Jornada haciendo un análisis sobre el profesional y el artista en la historieta argentina. Ferrari abrió con el siguiente planteo, «La idea es que la historieta puede ser una profesión.» Por otro lado Capristo afirma «Lo nuestro es arte colectivo», e hizo referencia a que no solo es colectivo por la cantidad de personas que trabajan en el proyecto, sino que para completarse necesita al lector.

Entre las reflexiones abordadas por ambos se pueden rescatar algunos conceptos interesantes. El Estado ve al dibujante como un exportador, al guionista como periodista y al historietista como una actividad de entretenimiento. El vecino nos ve como «alguien que trabaja en casa, que no tiene horario y para colmo cuando

van al cine dicen que laboran!!». A raíz de todo esto es que el historietista está tratando de construir su identidad. Si nos remontamos al origen, venimos del viejo esquema medieval-renacentista del «maestro-discipulo». En el actual esquema «relativamente» globalizado, hay que establecer y promover un perfil para la profesión.

El lector quiere que se narre una historia eficientemente. Para ello el narrador no debe ser improvisado. La eficiencia no es aleatoria. Debe ser explorador y creativo y establecer claramente la tutoría del producto y/o su grado de participación. Reivindicar lo artístico sobre lo profesional, pero no el lugar de lo profesional. Establecer como parte de su perfil, la experimentación, la innovación y la exploración como complemento de la ortodoxia. De lo contrario el historietista seguirá siendo la mano de obra barata, informal, vergonzante y menos respetada de una industria del entretenimiento.

Más tarde se sumaron a la charla **Horacio Laila** y **Diego Agrimbau** quienes aportaron sus experiencias de trabajar en el mercado europeo. Sostienen que hay reglas distintas y depende de la idiosincrasia de cada país a la hora de censuras y gustos culturales. En este momento, se están mostrando trabajos de los '70 como novedosos. «No hay que adaptarse al mercado, sino hacer lo que a uno le gusta y venderlo». Agrimbau comentó que acaba de editar su primer libro en Francia, donde uno de los temas que no se deben utilizar, por ejemplo, es la violencia infantil.

Oscar Capristo, presentó a **Oswal**, compartiendo la idea que, si bien cada uno tiene su estilo y su perfil, mucho tiene que ver «el maestro» de quien aprendió. Oswal abrió a la reflexión preguntándose «¿Se sabe realmente que fin tiene un historietista?» partiendo de la pregunta ¿Qué es un historietista? «La base es contar. Por lo cual, es una historia contada con dibujos». «La finalidad es el lector. Es quien termina de definir la historia del historietista». Nombró a Lovato, a Hugo Prat, entre otros, como grandes maestros. Se generó un diálogo con los invitados en donde Oswal recalcó que cada uno debe hacer fluir lo que cada uno lleva en su interior. Para cerrar la Jornada, la mesa compuesta por **Elsa Oesterheld, Hernán Ostuni, Juan Saturain, Fernando García, Carlos Trillo, Andrés Ferreiro y Rodríguez Van Rousset** realizó la presentación oficial de un nuevo libro conteniendo trabajos de Oesterheld, Oswal, Sendra, Trillo, Fernando García, Norberto Van Rousset, **Oswal** y **Sendra**.

Por otro lado se abrió a reflexión el trabajo tanto de Oesterheld como de cualquier otro historietista frente al compromiso social y humano con la sociedad: «Una buena historieta es aquella que está dirigida a cualquier edad» sostiene Elsa Oesterheld quien hablando de su marido entre anécdotas e historias también comentó «...Jamás subestimé a los lectores ni su propio trabajo.» Por otro lado rememoró palabras que él decía: «Yo voy a cambiar el sentir de la historieta, la voy a convertir en un elemento cultural y educativo para que los chicos despierten su inquietud». Lo describió como una persona actualizada permanentemente, quien respetaba al lector con material riquísimo y cultural. Para cerrar, entre todos los integrantes de la mesa se concluyó que «Ningún texto nace clásico. Clásico lo hace la cultura social».



El Museo Itinerante de Humoristas Gráficos e Ilustradores Argentinos a cargo de Marcelo Niño realizó una muestra en el hall de entrada del Auditorio bajo el título «Te expongo la tapa» con tapas de publicaciones históricas en el marco de las Jornadas



De izq. a der. Héctor Ferrari, Horacio Laila y Oscar Capristo



De izq. a der. Hernán Ostuni, Elsa Oesterheld, Carlos Trillo, Fernando García, Norberto Van Rousset



Oswal Sendra



De izq. a der. Fabio Blanco, Diego Agrimbau, Oscar Capristo y Andrés Accorsi

Proyecto de Graduación

Este artículo está dirigido a todos los estudiantes de la Facultad que están cursando el cuarto año de su carrera y están avanzando en la elaboración de su Proyecto de Graduación (PG). Esta es una guía de lectura rápida que resuelve los principales aspectos organizativos y formales que cada estudiante debe observar y cumplir en el proceso de elaboración del PG.

El Proyecto de Graduación es un trabajo de integración con énfasis en la creatividad, producción proyectual o en la reflexión teórica, que permite al estudiante aprobar, como último requisito de su carrera de cuatro años, el Trabajo Final de Grado y así obtener el título respectivo.

Responsabilidades del estudiante

En cada carrera la asignatura troncal del cuarto año, en su segundo cuatrimestre, se instala como la asignatura que recepciona la ficha de registro y el PG. Son responsabilidades del estudiante que cursa esta asignatura:

- Presentar la ficha de PG
- Presentar el PG en tiempo y forma

El no cumplimiento de alguna de estas instancias significa la desaprobación de la cursada del segundo nivel de la asignatura troncal. Si el estudiante deja la cursada del segundo nivel de la asignatura troncal para el año siguiente los requisitos se trasladan a ese período.

Registro del Proyecto

El proceso de elaboración del Proyecto de Graduación comienza con la presentación de la Ficha de registro e inscripción al profesor de la asignatura elegida por el estudiante para realizar su proyecto. Es necesario observar la originalidad del título a la hora de completarla, ya que no se trata de una simple transcripción del tema de la cursada sobre la que se basa. No se aceptarán trabajos con títulos ya registrados con anterioridad.

Estructura del PG

La plasmación del desarrollo del PG como producto sistemático y ordenado permite a su autor expresar su madurez a través de la actitud crítica llevada a cabo en el desarrollo del mismo. El producto académico que el estudiante va a producir para poder presentarlo como Trabajo Final de Grado tiene tres cuerpos:

- A. Presentación y Fundamentación
- B. Desarrollo y Producción
- C. Anexos

El cuerpo B como organizador de la producción y los datos recogidos

Dentro de la lógica estructural del PG se recomienda a los alumnos comenzar por el armado del cuerpo B: Desarrollo y Producción como núcleo central del proyecto. Este cuerpo corresponde al desarrollo realizado como ejercitación y núcleo de contenidos durante el cursado de la asignatura que se haya seleccionado para la elaboración del PG.

Es necesario a la hora de armar el trabajo comenzar por un esquema inicial de las partes que conforman el Cuerpo B que contenga:

- El boceto inicial de los títulos de capítulos y subtítulos de cada uno.
 - Selección de las imágenes producidas
 - Notas extraídas de la bibliografía
 - Anotaciones personales
- Este esquema permite constatar si:
- El cuerpo B desarrolla las ideas o conceptos fundamentales del tema elegido para el PG.
 - Comunica una estructura coherente de desarrollo.
 - Se verifica el aporte original del autor.

Organización formal de la presentación

El PG se organiza para su presentación en tres cuerpos:

- A. Presentación y Fundamentación
- B. Desarrollo y Producción
- C. Anexos

No se aceptarán trabajos que no respeten minuciosamente la guía que se desarrolla a continuación:

Cuerpo A. Presentación y Fundamentación

Corresponde a la fundamentación teórico-metodológica del tema elegido, presentando y explicando los alcances del mismo y la contribución original de cada estudiante. Este texto se escribe una vez finalizado el Proyecto de Graduación y después de armar y escribir el cuerpo B. Es la presentación de la experiencia. Es necesario explicitar la elección del tema o proyecto, vinculándolo con la carrera, con los contenidos de la asignatura donde se origina y diagnosticando el estado actual y el aporte original realizado.

Está integrado por las siguientes partes: A.1. Portada - A.2. Síntesis - A.3. Introducción - A.4. Guía para la presentación del Coloquio - A.5. Currículum y declaración jurada de la autoría del PG.

Cuerpo B. Desarrollo y Producción

Este cuerpo es el núcleo de la producción del PG. Para los trabajos de carácter proyectual-creativo se integrará a la carpeta el desarrollo de la producción del estudiante presentando ideas, bocetos acabados, imágenes, planos y demás representaciones gráficas que documentan el PG. En el caso de los Proyectos de Graduación de carácter ensayo-teórico se presenta la redacción que aborda y desarrolla claramente el problema sobre el que se trabajó y las conclusiones.

Este cuerpo está constituido por las siguientes partes: B.1. Portada - B.2. Índice - B.3. Capítulos - B.4. Bibliografía.

Cuerpo C. Anexos

Este cuerpo del Anexo es la de integrar toda la función del Anexo es la de integrar toda aquella documentación que tenga la suficiente importancia y vinculación para acompañar la presentación del Proyecto de Graduación.

Esta documentación se complementa con el cuerpo B: Desarrollo y Producción y se establece un sistema de concordancia de citas entre cuerpos.

Se incluyen como componentes de los anexos: videos, CD y documentos en otros soportes. La presentación de paneles, colecciones, prototipos, videos y otras representaciones, se hará en la instancia de coloquio del Trabajo Final de Grado.

Carpets de presentación

Cantidad de copias

Se entregarán copias de calidad:

Para el cuerpo A: 3 copias, anilladas e identificadas con su correspondiente portada

Para el cuerpo B: 2 copias, anilladas e identificadas con su correspondiente portada

Para el cuerpo C: 1 copia, anillada e identificadas con su correspondiente portada

El trabajo que se presenta en los cuerpos A, B y C estará anillado con tapa transparente y contratapa de color negro.

Los tres cuerpos estarán bajo las normas de la Facultad, esto implica que todo el material se debe rotular y presentar en caja contenedora negra (26x37x12 cm) rotulada en la tapa y en las caras. (ver sistema de rótulos de la Facultad). Debe entregarse la versión digital de las carpetas y la producción (VHS/DVD/CD) cuando se trata de obras audiovisuales o digitales (ver punto siguiente).



Al hacer click acá se despliega el enlace

En el menú de todas las páginas de la Facultad de Diseño y Comunicación se encuentra el enlace al minisite del Proyecto de Graduación. Allí está toda la información necesaria respecto al mismo.
[www.palermo.edu-->Facultades -->Diseño y Comunicación--> Proyecto de Graduación](http://www.palermo.edu/~Facultades -->Diseño y Comunicación--> Proyecto de Graduación)

Digitalización

a. Producciones originales

(películas, CD, CD interactivo, registro de obra de teatro, recorridos virtuales, otros)

- Cantidad de copias de las producciones audiovisuales originales: tres copias en videocasete y tres copias en Video CD o Video DVD.
- Videocassetes: se presentarán bajo formato VHS (independientemente del formato de cámara utilizado), con las copias del trabajo audiovisual editado en norma PAL y en sus correspondientes cajas plásticas rotuladas (ver rótulo).

- Videos CD o videos DVD: se presentarán de acuerdo a la duración resolución y peso y en sus correspondientes cajas plásticas (ver rótulo).
- Normas generales: Al comienzo del videocasete se grabarán 60 segundos de barras color seguidos de 15 segundos de negro.

Cada trabajo deberá incluir al comienzo (luego de los 15" de negro), tres placas con la siguiente información:

1. Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación
Año. Buenos Aires. Argentina
2. Título de la Obra
3. Nombre y Apellido del autor /es.

Al finalizar la obra, se incluirán las placas necesarias con los nombres de todos los profesionales, técnicos, actores y demás colaboradores que participaron en la producción, especificando su rol y/o contribución.

En los casos de los Videos DVD, podrá presentarse la capitulación en escenas, el menú correspondiente y una sección de extras con backstages y otros agregados que permitan una mejor apreciación y evaluación del trabajo realizado.

b. Archivos digitales de los cuerpos A, B y C

- Cantidad de copias: Se deberán entregar 2 copias en CD de los cuerpos A y B, en tanto que las copias digitales del cuerpo C son opcionales.

• Diagrama de archivos: Se generará en cada CD una carpeta principal denominada Proyecto de Graduación cuya forma de titulación será: PG_nombre y apellido del alumno

Dentro de esta carpeta se incluirá el armado de tres subcarpetas correspondientes a los cuerpos del PG, las mismas se denominarán: A. Fundamentación; B. Desarrollo; C. Anexos

Cada una de estas tres carpetas contendrá los archivos correspondientes a la presentación de texto y de imágenes, colocando los siguientes nombres de archivos:

Para la subcarpeta A: Fundamentación

FUND_apellido del alumno.doc

FUND_apellido del alumno_01.JPG

Para la subcarpeta B: Desarrollo

DESA_apellido del alumno.doc

DESA_apellido del alumno_001.JPG

Para la subcarpeta C: Anexos

ANEX_apellido del alumno.doc

ANEX_apellido del alumno_001.JPG

Todos los archivos de imagen realizados bajo formato JPEG se presentarán en alta calidad y en 300dpi de resolución. Las propiedades de imagen pueden ser RGB y CMYK para las representaciones en color o escala de grises para las imágenes en blanco y negro.

Fechas de entrega del PG

A efectos de optimizar los tiempos se extiende el período de recepción del Proyecto de Graduación y se establecen dos fechas:

- Para quienes cursan el segundo nivel de la asignatura troncal en el período Agosto - Diciembre se determina el tercer viernes de diciembre como primera fecha de recepción y el tercer viernes de febrero del año siguiente como segunda fecha de recepción.
- Para quienes cursan el segundo nivel en el período Marzo-Junio se establece como primera fecha de recepción el tercer viernes de julio y como segunda fecha el tercer viernes de septiembre.

El estudiante puede elegir libremente presentar su Proyecto de Graduación en la primer o segunda fecha de recepción correspondiente a su cursada. Si no lo presenta en esta fecha pierde la cursada del segundo nivel de la asignatura troncal.

Consulta

- vía mail: a Roxana Garbarini, proyectedegraduaciondc@palermo.edu o bien al teléfono 5199-4500 interno: 1520

- http://www.palermo.edu.ar/facultades_escuelas/dyc/pgraduacion/

[index.html](http://www.palermo.edu.ar/index.html)

Se recomienda a los estudiantes navegar la página del Proyecto de Graduación para comprender la organización y presentación de los cuerpos. (ver imagen en esta página)

+ INFO + INFO + INFO + INFO + INFO + INFO + INFO

Toda la información del PG puede consultarse en el website de la Facultad (ver imagen en esta página). También pueden solicitarse en el Centro de Recursos de la Facultad la publicación Nº 4 **Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación** y la Nº 6 **Guía de Presentación de los Proyectos de Graduación de la Facultad de Diseño y Comunicación** de la serie *Escritos en la Facultad* que contiene el desarrollo completo del PG.

Concursos Segundo Cuatrimestre 2005

Una continuación se publican los concursos que se desarrollarán durante el segundo cuatrimestre 2005 (del Nº 33 al 73) en la Facultad de Diseño y Comunicación. Las bases completas pueden consultarse en: www.palermo.edu.ar/facultades_escuelas/dyc/concursos_2005

COMUNES A DOS O MAS CARRERAS

33 MARCAS CON PROYECCIÓN Diseño e Imagen de Marcas

Objetivo: Diseño de identificador gráfico para empresas, comercios o instituciones de baja complejidad. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño e Imagen de Marca de la carrera de Diseño Gráfico, Lic. en Fotografía y Lic. en Publicidad.

34 SÍNTESIS, ARTE Y DISEÑO Panel Conceptual

Objetivo: Presentación de una pieza gráfica con características de Panel Conceptual donde se manifieste claramente una visión global de un Artista/Diseñador, su época y sus técnicas; apelando a recursos gráficos con la única inclusión tipográfica manifiesta de un Título-Concepto y el nombre del Artista/Diseñador analizado. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller de Reflexión Artística I, de las carreras de Diseño Gráfico, Diseño de Modas, Lic. en Fotografía, Diseño Industrial, Diseño de Interiores y Diseño de Imagen y Sonido.

35 INTERVIÚ Entrevista en profundidad

Objetivo: Estimular e impulsar la entrevista en profundidad editada para revista como una fuente valiosa de información y opinión. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller de Redacción, de las carreras de Lic. en Publicidad, Organización de Eventos, Lic. en Relaciones Públicas y Comunicación Empresarial.

36 PORTFOLIO PROFESIONAL Portafolio

Objetivo: Diseño, producción y presentación del portafolio profesional de los alumnos. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller V de la Carrera de Diseño Gráfico e Introducción al Diseño de Objetos, de la Carrera de Diseño de Interiores.

37 FOTOGRAFÍA. Fotografía

Objetivo: Diseño y producción de fotografías cuya temática refiera a alguna de las categorías: Publicitaria de Producto, Publicitaria de Modelo, Técnica y Estética (serie de diapositivas), Secuencias Narrativas. Participantes: alumnos que cursan las asignaturas Introducción al Diseño Fotográfico, Diseño Fotográfico I, II y III, Taller de Fotografía I, II, III y IV de la Carrera Lic. en Fotografía, Taller de Producción de Fotografía Publicitaria de la Carrera Lic. en Publicidad, Comunicación y Diseño Audiovisual II, Taller de Fotografía I, Producción Gráfica Avanzada de la Carrera de Diseño Gráfico, Taller de Producción de Fotografía de la Carrera de Diseño de Modas, Cámara e Iluminación I de la Carrera de Cine y TV.

38 HOMO VIDENS. Video

Objetivo: Diseño y producción de un video según las categorías:
-Video-arte y animación: 30 a 60 seg.
-Difusión y promoción cultural: 60 a 90 seg.

-Video Institucional o promoción empresarial: 3 a 8 min.

-Comercial para televisión: 30 a 60 seg.

-Documental: 4 a 12 min.

-Ficción: 3 a 12 min.

-Programa de TV (bloque): 7 a 9 min.

-Video-clip: 5 min.(máximo).

-Video-moda: 3 a 5 min.

Participantes: alumnos que cursan las asignaturas Taller de Creación I, II, III y IV de la Carrera de Cine y TV, Empresas e Instituciones II de la Carrera Lic. en Relaciones Públicas, Introducción al Discurso Audiovisual de las Carreras Cine y TV, Guión, Diseño Gráfico, Lic. en Publicidad, Lic. en Fotografía, Taller II-D de la Carrera Diseño de Imagen y Sonido.

39 PROYECTOS JÓVENES DE INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN Lo real, lo urbano

Objetivo: Seleccionada el área temática Lo Real – Lo urbano, los alumnos trabajarán sobre el recorte de las nuevas tendencias, con el fin de generar conclusiones o aportes para encarar emprendimientos que apunten al análisis de los Nuevos Imaginarios de Consumo. Articular los contenidos y recursos metodológicos de la asignatura con el área disciplinar de la carrera del estudiante. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Introducción a la investigación de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación.

40 PRESENTACIÓN PROFESIONAL Propuesta de proyecto profesional

Objetivo: Presentar sintéticamente una propuesta de desarrollo profesional, con vistas a una próxima inserción laboral. Participantes: La convocatoria está dirigida especialmente a los alumnos de cuarto año de las asignaturas troncales de las distintas carreras de la Facultad que contemplen el desarrollo de proyectos profesionales.

41 LAS PALABRAS DE MI PROFESIÓN Investigación terminológica

Objetivo: Explorar la etimología, familia de palabras y usos de un término de la disciplina profesional que cada alumno haya elegido; investigando en una gran diversidad de fuentes de información. Por otra parte, se busca que cada alumno produzca una definición personal del término investigado; conociendo además la traducción del término al inglés, francés y portugués.

Participantes: alumnos que cursan la asignatura Comunicación Oral y Escrita de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación.

42 PUBLICIDAD EXITOSA Medios Gráficos

Objetivo: Estrategia y Diseño de dos piezas gráficas editoriales para el reposicionamiento de un producto. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Publicidad I, de las carreras de Diseño Gráfico, Lic. en Publicidad, Organización de Eventos, Diseño de Modas y Comunicación Empresarial.

43 BUENOS AIRES CULTURAL Diseño de un afiche

Objetivo: Diseño de un afiche cuya temática refiera a la promoción de actividades culturales gratuitas (conciertos, muestras, teatro, danza, artes

plásticas, fotografía, ciclos de cine, etc) organizadas por el Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Introducción al Lenguaje Visual, de las carreras de Diseño Gráfico, Lic. en Publicidad, Lic. en Fotografía y Diseño Industrial.

44 EVENTOS QUE MARCAN Análisis de marcas para eventos

Objetivo: Investigación y análisis crítico de la imagen de identidad corporativa para eventos efímeros. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller de Comunicación, de las carreras de Comunicación Empresarial, Organización de Eventos y Lic. en Relaciones Públicas.

45 MARKETING PARA EMPRENDEDORES. Panel Conceptual

Objetivo: Desarrollo de un Plan de Marketing para un nuevo emprendimiento de baja complejidad en el campo de la carrera que cada alumno esté cursando. Por ejemplo:
-Publicidad: una nueva agencia
-Indumentarias: una nueva marca
-Eventos: una nueva empresa
-Relaciones Públicas: una nueva consultora
Participantes: alumnos que cursan la asignatura Comercialización II de las carreras de Publicidad, Relaciones Públicas, Organización de Eventos, Comunicación Empresarial y Diseño Textil y de Indumentaria.

DISEÑO GRÁFICO Y DISEÑO DE HISTORIETAS

46 SEÑALAR Sistema Señalético

Objetivo: Diseño de Programa Señalético para institución u organización de bien público o sin fines de lucro. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño Tridimensional II, de la carrera de Diseño Gráfico.

47 ALMANAQUE ESTACIONAL Diseño de un almanaque

Objetivo: Diseño de un almanaque temático, dividido por estaciones del año, en el que deberán aplicarse las diferentes operaciones de simetría y equilibrio visual, el concepto de trama, módulo, submódulo y supermódulo. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller I de la Carrera de Diseño Gráfico.

48 CUENTOS PARA CONTAR Y MIRAR Diseño de libros.

Objetivo: Diseño y Producción de un libro de cuentos de autores argentinos o extranjeros. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller III de la Carrera de Diseño Gráfico.

49 NUEVOS PRODUCTOS, NUEVO MERCADO

Objetivo: Diseño y estrategia de comunicación de una campaña anual destinada al lanzamiento de un nuevo emprendimiento comercial de una empresa nueva o en expansión. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Planificación y Desarrollo de Campañas II de la Carrera de Diseño Gráfico.

50 DE FERIA Stand promocional de empresas o instituciones para ferias internacionales

Objetivo: Presentación de una propuesta de stand de una empresa, insti-

tución u organización para ser ubicado en ferias internacionales.

Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño Tridimensional I de la carrera de Diseño Gráfico.

51 CULTURA JOVEN Y RAICES Revista de cultura joven latinoamericana

Objetivo: Diseño y realización de una revista cuyos contenidos reflejen personalidades, opiniones y actividades vinculadas a la cultura joven latinoamericana, con énfasis en las raíces históricas y una visión actual de los temas tratados. El producto tiene la característica de ser una publicación periódica, y el autor deberá posicionarse como posible director de arte de la editorial o como diseñador independiente capaz de resolver la propuesta en forma integral. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller IV de la carrera de Diseño Gráfico.

52 CREATIVIDAD TIPOGRÁFICA Diseño de nuevas tipografías

Objetivo: Diseño de un alfabeto propio completo, cuyo desarrollo alcance: mayúsculas, minúsculas, números y signos de puntuación, y dos variables visuales, a elección, del alfabeto diseñado. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller II de las carreras de Diseño Gráfico y Diseño de Historietas.

53 ENVASAR VALOR Diseño de nuevos packaging

Objetivo: Diseño y producción de packaging para una línea de 3 (tres) nuevos productos (gaseosas). Además se deberá realizar la creación de marca e imagen, junto con una nueva propuesta de diseño de envase. El desafío es una invitación a nuevas alternativas morfológicas y gráficas en un marco de alta competitividad, donde el objetivo es difundir los productos de manufactura nacional. Se potenciará la originalidad de los productos que conforman el pack. Se deberá trabajar sobre la siguiente línea de productos: Sabor tradicional - Sabor exótico - Energy drink
Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Packaging I de la carrera de Diseño Gráfico.

54 MARCA Y SISTEMA Sistema de marcas de media y alta complejidad

Objetivo: Diseño de Imagen Corporativa de media y alta complejidad para instituciones, organizaciones y empresas. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Comunicación y Diseño Multimedia I de la Carrera de Diseño Gráfico.

55 LA MARCA DE LA HISTORIA Desarrollo de Marca y Brand Book para emprendimiento cultural

Objetivo: Elaborar el signo de identidad visual y el Brand Book para la presentación de la Ciudad de Buenos Aires como Paisaje Cultural de la Humanidad ante la UNESCO, otorgándole a la marca una plataforma de comunicación que le permita consolidarse en el imaginario colectivo. Participantes: alumnos que cursan la asignatura Imagen Empresarial I y II de la Especialización en Imagen Empresarial de la carrera de Diseño Gráfico.

PUBLICIDAD

56 CREATIVIDAD PARA EL ÉXITO Campañas publicitarias en puntos de venta

Objetivo: Diseño y estrategia de comunicación para el lanzamiento promo-

cional de productos como agua mineral (con o sin gas), jugos naturales de diversos sabores o bebidas energizantes; vinculando al producto a un film dirigido a público masivo (ej.: Gaseosa + Garfield). Esta promoción se implementará en puntos de venta definidos: minimercados de estaciones de servicio en la Ciudad de Buenos Aires, (ej.: am-pm, Essoshop, etc.) o en cadenas de video club (ej.: Blockbuster), interviniendo sobre la planta del comercio detallando flujo circulatorio y lugar de ubicación de los distintos elementos comunicacionales utilizados en la promoción (ej.: poster, cenefa, elementos identificadores, exhibidor).
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Campañas en Punto de Venta de la carrera de Publicidad.

57 IMAGEN DEL BIEN
Campaña de Bien Público
 Objetivo: Fundamentación, conceptualización y formación de imagen institucional de una organización de Bien Público de mediana complejidad.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Campañas Publicitarias de Bien Público de la carrera de Publicidad.

DISEÑO DE INDUMENTARIA Y TEXTIL

58 TEXTURAS, ESTAMPADOS, TEJIDOS
Desarrollo de textiles para indumentaria
 Objetivo: Presentar el diseño de un conjunto de tres prendas coordinadas, en boceto o geométrico. Desarrollar dos textiles, con los conocimientos de fibras, materias primas, sistemas de estampación o texturización propuestas por los alumnos siempre que puedan justificarse técnicamente. El textil deberá estar rapporteado, con repetición y dos variantes de color, detallando las características de cuidado de los tejidos desarrollados. Desarrollo de la etiqueta de calidad y fichas técnicas de los tejidos usados.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Técnicas de Producción I y II de la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria.

59 SERIE DE COLECCIÓN
Diseño de colección
 Objetivo: Diseñar una serie lineal de baja complejidad y alta complejidad introduciendo el concepto de piezas seriadas, el manejo de las constantes y variables del diseño, el concepto de la imagen particular y global, y la transformación de una tipología base a una tipología derivada, basado en una temática urbana. Trabajar un sistema operacional armado por subsistemas, series, conjuntos, prendas, los cuales estarán sustentados por las tipologías de cada rubro, como así también por la imagen que el diseñador lanzará en el mercado.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Indumentaria IV de la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria.

60 COLECCIÓN A MEDIDA
Diseño de colección de autor
 Objetivo: Se seleccionará un sector de mercado que no esté lo suficientemente cubierto. Se tendrá en cuenta la utilización de materiales reciclables o en desuso. Desarrollándose una colección de ropa abarcando distintos rubros. Se tendrá en cuenta no sólo la funcionalidad requerida para cada sector sino también lo lógico de la imagen a diseñar. El alumno elegirá dentro del desarrollo interno y la imagen de la colección propuesta, cuatro tipologías de prendas rectoras y realizará a partir de ellas series

asociadas a dicha prenda. Se diseñará también como parte de dicho producto el nombre y su consecuente marca (isotipo y Logotipo).
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Indumentaria VI de la carrera de Diseño Textil y de Indumentaria.

61 FIGURA Y TENDENCIAS
Representación gráfica de figura humana
 Objetivo: Generar un panel conceptual apoyándose en un diseñador de indumentaria y textil contemporáneo. Analizar su obra y su estilo.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller de Modas I de la carrera de Diseño de Indumentaria y Textil.

62 DISEÑO EN ESCENA
Proyecto de diseño de vestuario
 Objetivo: Desarrollar el proyecto final de un vestuario teatral completo respetando las consignas de la puesta en escena (de dirección, espaciales y lumínicas) y disponiendo de un presupuesto predeterminado por la producción. Además de desarrollar un criterio estético teatral propio totalizador de la puesta en escena.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Vestuario II de la carrera Diseño de Indumentaria y Textil.

63 ESPACIO GRAFA
Diseño de Indumentaria
 En octubre de 2005 se realizará el evento Espacio Grafa, que por 8º año consecutivo organiza la Empresa Textil. La Universidad de Palermo fue convocada para participar en ese evento junto a otras instituciones. Con este motivo, se realizará un concurso interno para seleccionar a 10 participantes que finalmente se presentarán en representación de nuestra Universidad.
 Objetivo: Es tema del concurso el diseño de 2 (dos) conjuntos, hombre y mujer, en los cuales se evidencie una propuesta vanguardista en la generación de texturas táctiles gracias a la experimentación con el denim, haciendo énfasis en la transformación. Podrán proponerse tejidos alternativos para combinar con el denim, pero su utilización no podrá superar el 20% del conjunto en su totalidad.
 Participantes: La convocatoria está dirigida a los alumnos regulares de la carrera Diseño Textil y de Indumentaria de la Universidad de Palermo.

DISEÑO INDUSTRIAL

64 BUENA FAMILIA
Diseño de familia de productos
 Objetivo: Diseño de una familia de 2 productos electrodomésticos para uso hogareño.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Productos IV de la carrera de Diseño Industrial.

65 A MANO. Diseño de producto
 Objetivo: Diseño de producto para uso manual.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Productos II de la carrera de Diseño Industrial.

66 SOBRE RUEDAS. Diseño Industrial
 Objetivo: Generación de un vehículo para uso intensivo no recreativo.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño Industrial I de la Carrera de Diseño Industrial.

67 A TODA MAQUINA
Diseño de máquina herramienta
 Objetivo: Diseño de una máquina herramienta para uso no intensivo.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño Industrial II de la carrera de Diseño Industrial.

DISEÑO DE INTERIORES

68 WORKHOME
Diseño de interiores.
 Objetivo: Análisis y propuesta proyectual de diseño de interiores para una vivienda unifamiliar (tipología Loft), con la incorporación de un espacio de trabajo integrado a la vivienda.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Interiores II de la carrera de Diseño de Interiores.

69 SISTEMA Y ARMONÍA
Azulejos, cerámicas, guardas y alfombras
 Objetivo: Presentación de propuestas de diseño de un sistema visual aplicado a azulejos, cerámicas, guardas, papeles y alfombras para el hogar, en el cual deberán aplicarse las diferentes operaciones de simetría y equilibrio visual, el concepto de trama, módulo, submódulo y supermódulo.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Introducción al Lenguaje Visual de la Carrera de Diseño de Interiores.

70 CONCEPTO Y EXPRESIÓN
Diseño de espacio interior
 Objetivo: Expresar gráficamente el espacio de diseño concluido como un producto de venta, conjuntamente con croquis conceptuales sobre el diseño presentado. El espacio interior debe ser diseñado por el alumno (preferentemente referido a su cursada de la materia Diseño de Interiores).
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Taller de Interiores III de la carrera de Diseño de Interiores.

71 GASTRONOMÍA TEMÁTICA
Diseño de local para restaurante temático
 Objetivo: Diseñar un local comercial destinado a un restaurante temático a elección, definiendo no sólo su diseño interior sino también la marca y el concepto rector, considerando para esto la originalidad, impacto y recordación del nombre propuesto.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Interiores IV de la carrera de Diseño de Interiores.

72 IDEAS EN VIDRIERAS
Diseño de Interiores
 Objetivo: Idea, concepto y diseño de vidriera para un local comercial. Se buscará la aplicación de conceptos e ideas sobre el diseño y se valorará el aspecto creativo manifestado en las propuestas.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Diseño de Interiores I de la carrera de Diseño de Interiores.

DISEÑO DE ESPECTÁCULOS

73 ESCENOGRAFÍA Y CREACIÓN
Diseño de escenografía
 Objetivo: Elegir y analizar un texto dramático, además de su contexto histórico, para realizar una propuesta escenográfica del texto elegido en relación con la puesta en escena. Los alumnos deberán presentar el desarrollo del proyecto junto con la elaboración del presupuesto.
 Participantes: alumnos que cursan la asignatura Escenografía I de la carrera de Diseño de Espectáculos.

Nota: En los concursos pueden participar todos los alumnos y egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación.



Cine latinoamericano en UP Geoffrey Kantaris (Cambridge)

Entre la Facultad de Diseño y Comunicación y el Centro de Estudios Latinoamericanos de la Universidad de Cambridge (Gran Bretaña) se realizó la publicación Nº 18 de la serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Esta publicación reúne varios artículos sobre Cine latinoamericano de profesores y de nuestra facultad. Presentará esta publicación, el martes 20 de setiembre a las 18 hs., el Dr. **Geoffrey Kantaris**, Director del Centro de Estudios Latinoamericanos especialmente invitado para esta ocasión. El cuaderno 18 está integrado por los siguientes artículos: Funcionalidad actual del séptimo arte (Leandro Africano), Los olvidados de Luis Buñuel (Julian Daniel Gutierrez Albilla), Visiones de la violencia en el cine urbano latinoamericano (Geoffrey Kantaris), Memoria y experimentación en el cine argentino contemporáneo (Joanna Page), Nacionalismo cultural y Buñuel en México (Erica Segre), Cine y resistencia (Marina Sheppard) y Cine latinoamericano (Sylvia Valdés).
 La serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación tiene comité de arbitraje y se publica bajo el número ISSN 1668-0227. El Cuaderno 18 será entregado en forma gratuita a los asistentes a la presentación.

Informes e inscripción: 5199 4500 int. 1502, 1514, 1530/consultas@palermo.edu Sede del evento: Auditorio de la Universidad de Palermo. Mario Bravo 1050, 6º piso. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Libre y gratuita.

¿Qué es un cool hunter?

Charla a cargo de Gustavo Lento
Viernes 9 de setiembre, 19 hs. Auditorio

La tarea de *cool hunter* requiere ciertas características que muchas veces vienen dadas por factores individuales extra académicos. Si una persona se relaciona con grupos emergentes, sabe circular por entornos donde se está generando lo nuevo, es observador, flexible ante lo que surge y ávido de nuevas relaciones, puede ser un verdadero *cool hunter*. Esto, sumado a la formación, hace el mix ideal para el trabajo de cazador de tendencias.

La charla es libre y gratuita. A su vez se está organizando el workshop arancelado para el mes de octubre: **"Metodología para el trabajo de cool hunter (cazador de tendencias)"**.

Informes e inscripción: 5199 4500 int. 1502, 1514, 1530/consultas@palermo.edu

Nota: La Facultad de Diseño y Comunicación se reserva el derecho de disponer de las obras presentadas para organizar exhibiciones públicas de las mismas, así como su publicación en los medios que considere convenientes. La presentación al concurso implica la aceptación de las normas del mismo. Los trabajos no premiados ni seleccionados para muestra, deberán ser retirados del Departamento de Marketing de la Facultad (5º piso) por sus autores a partir del dictamen del jurado, pasados los 30 (treinta) días, la Facultad no se responsabiliza por la pérdida o daño del material entregado.

Estudiantes de la Facultad premiados

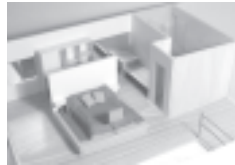
Ganadores de los concursos del segundo cuatrimestre 2004 en las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. En las próximas ediciones de DC se publicarán los ganadores de los otros concursos. En esta página se presentan los ganadores de los concursos de estudiantes de primer año de las siguientes carreras: Diseño de Interiores (Workhome, N° 41), Diseño de Indumentaria y Textil (Tendencias Contemporáneas, N° 39), Diseño Gráfico (Creatividad tipográfica, N° 37) y cuarto año de Relaciones Públicas (Estrategias de Comunicación) realizado para la Dirección de Patrimonio de la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (ver recuadro en esta página).



Primer premio: Erika Herrero Dorscht



Segundo premio compartido: Sheila Bursztyn



Segundo premio compartido: Alejandra Nisenovich



Estrategia de comunicación

Los estudiantes de la asignatura Planificación y Desarrollo de Campañas (Prof. Iurcovich) de la carrera Relaciones Públicas participaron en el programa «Trabajos Reales para Clientes Reales» realizando la estrategia de comunicación para la Dirección de Patrimonio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Los trabajos participaron en un concurso donde el jurado conformado por Andrea Cerletti, Silvia Bruscajín y Patricia Iurcovich determinó que el proyecto realizado por Maximiliano Borla, Fernanda Lanzani, Rodrigo Pantuso, Marcelo Pérez y Miguel Saugy obtuvo el primer premio. El proyecto presentado por Eugenia Brizzi, Tatiana Groh, Dana Tirabais y Carina Viola obtuvo el segundo premio; mientras que el tercer premio fue para Sergio Alvarez, Catalina Botta y Matías Varone.



CONCURSO 39
TENDENCIAS CONTEMPORANEAS
Representación gráfica de figura humana
 Generar un panel conceptual apoyándose en un diseñador de indumentaria y textil contemporáneo. Analizar su obra y su estilo. Primer premio: Martha Orozco (Prof. Gisela Balestrini)



CONCURSO 37
CREATIVIDAD TIPOGRAFICA
Diseño de nuevas tipografías
 Diseño de un alfabeto propio completo, cuyo desarrollo alcance: mayúsculas, minúsculas, números y signos de puntuación, y dos variables visuales, a elección, del alfabeto diseñado.

Primer premio compartido: Juan Coldaracena - Roger Paredes. (Prof. D. Pérez Lozano)
 Segundo premio compartido: Jesse Lunazzi (Prof. D. Pérez Lozano) - Ezequiel Paolini (Prof. María L. Leo)
 Tercer premio compartido: Clara Dafaur (Prof. María L. Leo) - Kari Riheta (Prof. D. Pérez Lozano).
 Menciones: Diego Barone, Ana Laura Figueredo Oria (Prof. D. Pérez Lozano), Dolores Sanchez (Prof. A. Sensini).



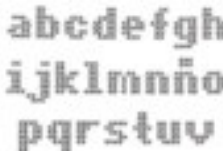
Primer premio compartido: Roger Paredes



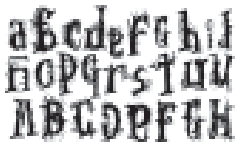
Primer premio compartido: Juan Coldaracena

CONCURSO 41
WORKHOME. Diseño de Interiores
 Análisis y propuesta proyectual de diseño de interiores para una vivienda unifamiliar (tipología Loft), con la incorporación de un espacio de trabajo integrado a la vivienda.

Primer premio: Erika Noel Herrero Dorscht (Prof. Tovorovsky)
 Segundo premio compartido: Sheila Bursztyn - Alejandra Nisenovich (Prof. E. Reca)



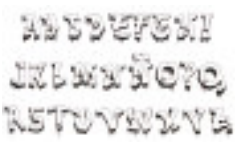
Segundo premio compartido: Jesse Lunazzi



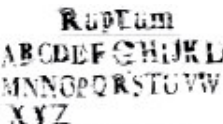
Segundo premio compartido: Ezequiel Paolini



Tercer premio compartido: Kari Riheta



Mención: Diego Barone



Tercer premio compartido: Clara Dafaur



Mención: Dolores Sanchez

diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu.ar)
 Diseño: Constanza Roggi
 Fotografía: Emilee Ruffo, Pablo Bembibre y Laura Guerrero.
 Texto: Romina Pinto
 Tirada: 10.000 ejemplares
 Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Mario Bravo 1050, 5° piso.
 Tel: 5199 4500 fdc@palermo.edu.ar
 www.palermo.edu.ar