

## “¿Por qué los árboles esconden el esplendor de sus raíces?”

Expresó el diseñador brasileño Felipe Taborda refiriéndose a la potencialidad creativa del Diseño en el continente. Lo hizo citando a Pablo Neruda en el cierre del 2º Encuentro

Latinoamericano de Diseño que organizó la UP que reunió a más de 4000 asistentes de Argentina y Latinoamérica que colmaron 300 talleres, conferencias y seminarios.

(+ info en la edición de DC octubre)



Norberto Chaves, Ruth Klotzel, Felipe Taborda y Ronald Shakespear invitados de honor en el cierre del evento



Más de 1000 asistentes al cierre del Encuentro el viernes 3 de agosto

### SUMARIO

- ▷ 5 Días de Teatro y Espectáculos  
Página 2
- ▷ Spirits: El alma de los cocteles  
2º Jornadas de Management Gourmet  
Página 2
- ▷ Ciclo Agenda Global: Embajada de la República del Perú  
Página 2
- ▷ Semana de la Fotografía  
Página 2
- ▷ Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Creación  
Página 3, 4 y 5
- ▷ Estampillas. Libros. Packaging. Tipografías. Interiores  
Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad 2º cuatrimestre 2006  
Páginas 6 y 7
- ▷ Conclusiones del Seminario Cool Hunter 2007  
Páginas 8 y 9
- ▷ Computación Gráfica  
Página 9
- ▷ Feria de Empresas  
Página 9
- ▷ Conclusiones de las 11º Jornadas de Publicidad: Publicidad Interactiva  
Páginas 10 y 11
- ▷ EstudiantesDC online: Nº 7-Agosto 07  
Página 11
- ▷ Escena Creativa 6. Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos  
Página 11
- ▷ Proyecto de Graduación  
25, 50, 75 y 100: las 4 etapas del PG  
Página 12

## Spirits: El alma de los cocteles

2º Jornadas de Management Gourmet  
Organizadas con Maridajes Consultora

6 de septiembre, 10 hs.

(pág. 2)

ABSOLUT

COINTREAU

HESPERIDINA

CARAJOL

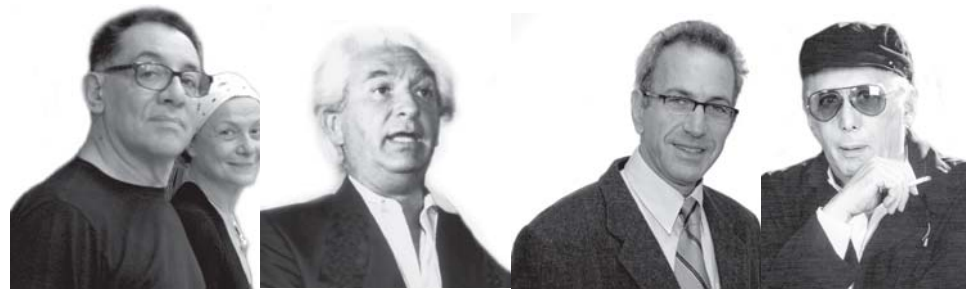
JACK DANIEL'S

BOLS

## Marini, Arias, Guerrero, Pashkus y Doria en la UP

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

Este ciclo se lleva a cabo los lunes a las 15 horas en el auditorio de la Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050 6º piso con entrada libre y gratuita.  
3 de septiembre: **Marilú Marini** y **Alfredo Arias**; 10 de septiembre: **Pancho Guerrero**; 17 de septiembre: **Tommy Pashkus** y el 24 de septiembre: **Alejandro Doria**.



Alfredo Arias - Marilú Marini

Pancho Guerrero

Tommy Pashkus

Alejandro Doria

Inscripción: 5199 4500 internos 1502, 1514, 1530. Mail: [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu)

### Escena Creativa 6

Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculo

17 y 24 de septiembre (pág. 11)

### Imagen en Escena

Producción + Comedia + Fotografía + Vestuario + Objetos  
5 días de teatro y espectáculo

Del 3 al 7 de septiembre (pág. 2)

PARA IR AGENDANDO • OCTUBRE 2007

**Enoplaceres: El Turismo que nació del Vino**  
Rincón Gourmet  
2 y 3 de octubre

**5º Festival de Cine y Video Latinoamericano**  
Cines Atlas  
2, 3 y 19 de octubre

**2º Jornadas de Turismo de Aventura**  
30 de octubre

**25º Aniversario American Illustration**  
Conferencias y Exposiciones  
4 de octubre

**4º Seminario de Comunicación Organizacional**  
Resultados Extraordinarios  
17 de octubre

**1º Jornadas de Negocios en Diseño**  
De emprendedores a empresarios  
31 de octubre

Informes e inscripción: 5199 4500 int. 1502, 1514, 1530. [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu). Libre y gratuito.



Dossier 09 | Septiembre 07.

Afiches premiados en el concurso "La Mirada de Nosotros - Latinoamérica Hoy". Segundo Encuentro Latinoamericano de Diseño 2007.

### La Facultad en el Regio

Fragmentos en Escena 2

Por segundo año consecutivo se presentarán en el Teatro Regio (Complejo Teatral de Buenos Aires) el próximo **26 de septiembre**, una muestra de fragmentos de obras de teatro dirigidas por los estudiantes de las Carreras de Diseño de Espectáculos (Escenografía y Vestuario) y Dirección Teatral. Actividad gratuita. (Entradas en Mario Bravo 1050, 1º piso. [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu))

### Estampillas. Libros. Packaging. Tipografías

Creaciones de estudiantes premiados en concursos de la Facultad 2006-2 (pág. 6 y 7)



3º premio: G. Ceballos Herklotz

## Imagen en Escena

Producción + Comedia + Fotografía + Vestuario + Objetos en 5 días de teatro y espectáculo

Del 3 al 7 septiembre 2007

La Facultad de Diseño y Comunicación creó el espacio académico profesional "5 Días de Teatro y Espectáculo" organizado por estudiantes que cursan sus carreras de Diseño de Espectáculos y Dirección Teatral. Cada día de este ciclo se organiza en un núcleo temático que convoca a destacados creadores del teatro y del espectáculo argentino que le permite al asistente construir una visión múltiple, actualizada y profesional sobre cada temática.

### Agenda

**3 DE SEPTIEMBRE** (Jean Jaures 932)

**El arte de producir. La producción en el espectáculo**

- 13.30 Presentación de las Jornadas
  - 13.45 Reflexión acerca de la producción escénica. **Gustavo Schraier**
  - 14.30 La producción en el cine. **Pablo Rovito**
  - 15.15 Break
  - 15.30 La producción cooperativa. **Juano Villafañe**
  - 16.15 El artista y la autoproducción. **Miguel Angel Cherutti**
- Organizadoras: A. Gargiulo y E. Puyada

**4 DE SEPTIEMBRE** (Jean Jaures 932)

**El espectáculo integral: La Comedia Musical**

- 13.45 Apertura de la Jornada **Pablo Gorlero**
  - 14.00 El Arte y la Comedia Musical. Una Manera de Vivir. **Ricky Pashkus**
  - 14.00 Cabaret: Protagonistas. **Alejandra Radano, Alejandro Paker y Marcelo Trepát**
  - 16.00 Break
  - 16.15 La Comedia Musical para chicos **Hugo Midón**
  - 17.15 La creación en un espectáculo musical. **Betty Gambartes**
- Organizadora: Emilia Escaris Pazos

**5 DE SEPTIEMBRE** (Jean Jaures 932)

**Detrás de la cámara: La fotografía en el espectáculo**

- 13.45 Presentación de la jornada
- 13.55 Fotografía del espectáculo. El teatro y la danza. **Michel Marcu**
- 14.35 Fotografía música y rock **Claudia Marcu**
- 15.20 Break

15.30 Los recursos técnicos en la fotografía de megaespectáculos **Beto Landoni**

16.15 Fotografía en cine, la foto fija **Hugo Lazaridis**

Organizadora: Julia Camejo

**6 DE SEPTIEMBRE** (Mario Bravo 1050)

**Cuerpo y Espectáculo. El vestuario Teatral.**

- 13:30 Apertura de la Jornada
  - 13:45 El Vestuario para el espectáculo infantil. **Susana Pérez Amigo**
  - 14:20 Concepto y resignificación en el vestuario de época. Una mirada actual al vestuario del teatro clásico. **Alejandra Epector**
  - 15:00 Break
  - 15:15 El arte de crear vestuario **Roberto Martin**
  - 15:50 Diseño de Vestuario: el proceso creativo. **Nene Murúa**
- Organizadora: Julieta Fernandez Riachi

**7 DE SEPTIEMBRE** (Jean Jaures 932)

**Encuentro con otra teatralidad: El Teatro de objetos.**

- 13:30 Apertura de la Jornada
  - 13:45 Teatro negro y títeres. Charla a cargo de Antoaneta Madjarova
  - 14:30 El mundo del títere Charla a cargo de Sarah Bianchi
  - 15:15 Break
  - 15:30 Las vanguardias y el teatro de objetos. Charla a cargo de Ana Alvarado
  - 16:15 Títeres porno. Charla a cargo del grupo "69 a la cabeza"
- Organizadora: Natalia Pezzi

Coordinación Académica: Alcira Serna

Actividad gratuita con cupo limitado.  
Inscripción: [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu)  
5199.4500, int. 1514 - 1530

## Spirits: El alma de los cocteles

2º Jornadas de Management Gourmet Organizadas con Maridajes Consultora

6 de septiembre, 10 hs.



10.00 **Apertura**  
*Marcelo Tejera, CEO de Maridajes Consultora*

10.15 **DIRECCIÓN NACIONAL DE ALIMENTOS**  
**El mercado de spirits**  
*Juan Manuel Alderete, Ingeniero en Alimentación*

11.00 **CLUB DEL BARMAN**  
**Spirits: El alma de los cocteles**  
*Champy Cabral, CEO del Club del Barman*

12.00 **ASOCIACIÓN DE WHISKY MALT ARGENTINA**  
**Aqua Vitae: Historias y anécdotas**  
*Miguel Angel Reigosa, Presidente de la Asociación de Whisky Malt Argentina*

13.00 Break

Coordinación Académica: Elisabet Taddei



14.00 **GRAPA CARAJO**  
**Carajo! Una hazaña de Marketing**  
*Marcelo Epstein y Jorge Manson*

15.00 **MARIDAJES CONSULTORA**  
**Maridajes / Spirits**  
*Constanza Fernández, Sommelier*  
*Guido Bick, Chef*

16.00 **SABIA, SOCIEDAD ANÓNIMA DE BEBIDAS INTERNACIONALES Y ARGENTINAS**  
**Whisky - Whiskey: ¿Es lo mismo?**  
**Ginebra Bols: Un clásico argentino**  
*Mariano Maldonado, Gerente de Marketing de Sabia*

17.00 **BODEGA TRES BLASONES**  
**Destilados y Licores Premium**  
*Roberto Faillace, Gerente de Marketing de Bodega Tres Blasones*

18.00 **Exhibición de Flair y degustación a cargo de Club del Barman**

## Semana de la Fotografía

Seminarios. Conferencias. Talleres. Exposiciones

La Semana de la Fotografía es un encuentro entre fotógrafos, investigadores y profesionales del medio, cuyo objetivo es exponer y analizar la importancia de la fotografía desde el punto de vista documental, periodístico y publicitario, entre otros. A través de exposiciones, conferencias, talleres y muestras, busca ofrecer a los estudiantes y profesionales la posibilidad de discutir las problemáticas de la fotografía, desde sus comienzos a la actualidad. Los seminarios y talleres tratarán sobre la historia, teoría y práctica de la fotografía. Entre los expositores contaremos con **Andrea Cuarterolo** (Fotógrafa e historiadora), **Mónica**

**Incorvaia** (Profesora de Historia de la Fotografía, Investigadora Fotográfica), representantes de la **Sociedad Iberoamericana de Historia de la Fotografía**, **Guillermo Mischkinis** (fotógrafo), **Viviana Suárez** y **Marcelo Záppoli** (fotógrafo especialista en publicidad y moda), **Daniel Tubío** (especialista en fotografía estenopéica), **Gustavo Salgado** (fotógrafo) realizarán además de sus conferencias, muestras de sus trabajos junto a los de **Massimo Oliviero** (fotógrafo italiano) y **Mercedes Villar** (artista), entre otros.  
Coordinador Académico: Manuel Navarro de la Fuente

Del 25 al 28 de septiembre, 15 y 19 hs.

Sede. Auditorio de Jean Jaurés 932

CICLO AGENDA GLOBAL 2007

## Embajada del Perú

27 de septiembre, 10 hs.

Jean Jaurés 932 Auditorio. Actividad libre y gratuita

- |  |  |
|--|--|
| 10.00 <b>El Perú: país pluricultural</b><br><i>Ana Teresa Lecaros, Área cultural de la Embajada del Perú</i> | 12.00 <b>Gastronomía peruana</b><br><i>Marco Espinoza, Restaurante Moche</i>                     |
| 10.45 <b>Circuitos turísticos en el Perú</b><br><i>Arturo Alimena, ALAR Arqueología</i>                      | 12.30 <b>Presentación de marinera norteña</b><br>(Danza típica). Academia Trujillo de mis Amores |
| 11.30 <b>El Perú te espera</b><br><i>Judith de la Mata, Embajadora</i>                                       | 12.45 <b>Degustación de comida peruana</b><br>Restaurante Moche                                  |

Inscripción: 5199 4500 int. 1502, 1514 - [orientacion@palermo.edu](mailto:orientacion@palermo.edu)



OBSERVATORIO TEMATICO

## Inteligencia Relacional

3º Seminario de Comunicación Organizacional

18 de septiembre, 19 hs.

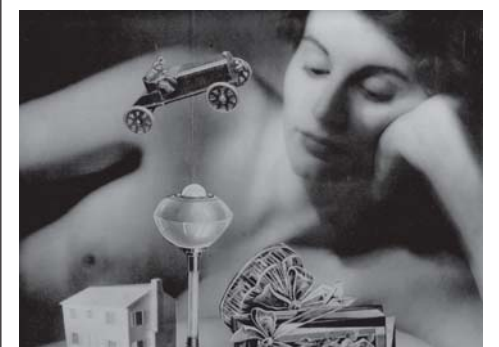
- 19.00 **Comunicación y marketing relacional.**  
*Luis Quinelli, CEO de Sión*
- 20.00 **Inteligencia Organizacional. Resolución de Conflictos.**  
*María Marta Franco, Consultora del Programa BID.*
- 21.00 **Liderazgo de Servicio vs. Liderazgo de autoridad**  
*Alejo Paiz, Director de la Consultora Profesionales.*

Inscripción: 5199 4500 int. 1502, 1514 - [consultasdc@palermo.edu](mailto:consultasdc@palermo.edu)  
Actividad libre y gratuita

## Caleidoscopio

Muestra de Mercedes Villar  
Del 7 al 28 de septiembre

Fotogalería UP / Muestra N° 19  
Inauguración: Viernes 7 de septiembre, 19hs.



# “Lo voté porque es un tema original y de poco conocimiento en la sociedad”

Opinan los estudiantes de 1º A de Hotelería de la profesora Guadalupe Gorriez en la Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Creación

La Semana de Proyecto Jóvenes de Investigación y Creación es un espacio de presentación de la producción de los estudiantes de 1º año de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. En este evento que se realiza al final cada cuatrimestre, los estudiantes presentan sus proyectos de investigación y creación, desarrollados durante las cursadas de las asignaturas Introducción a la Investigación y Comunicación Oral y Escrita.

A continuación, los ganadores del primer cuatrimestre 2007 organizados por docente. En itálica se transcriben opiniones significativas sobre los trabajos ganadores escritas por otros estudiantes del curso. Los ganadores de cada curso son elegidos por los estudiantes del curso conjuntamente con el docente a cargo del mismo.

## INTRODUCCION A LA INVESTIGACION

### Laura Aguirre

Diseño de Interiores (1º B). Proyecto ganador: **Los avances de la cocina paralelamente al confort en el siglo XX** (P. Cárdenas Aguirre, M. Fule, M. Páez, F. Spoltore). Proyecto ganador para los alumnos: **El confort en la casa oficina** (P. Cuomo, P. Gallarato, M. González Barros). “Diversas variables que explican claramente las acciones positivas y negativas de tener la oficina en casa”.

### Luis Asensio

Diseño de Modas, Diseño Industrial (1º C y F). Proyecto ganador: **Evolución del jean** (R. Bares, J. De Lisi, M. Gonzalez Devoto, M. Skaf, J. Skeff, J. Trentuno). Proyecto ganador para los alumnos: **Evolución del diseño del automóvil**. “Porque la exposición oral fue corta y clara. Expusieron todo el trabajo en pocas palabras y eso logró la atención durante toda la clase”.

Publicidad, Dirección de Arte (1º A y B). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Publicidad de alta tensión** (C. Amquie, L. Aponte Quimbay, M. Bisio de Angelo). “Me pareció muy buena la gráfica, mucha dedicación y creatividad. Buena interacción de la audiencia”.

### Juan Pablo Beguy

Organización de Eventos (1º A). Proyecto ganador: **Turismo médico en Buenos Aires** (V. Bontempo, K. Pavleas, G. Payo, C. Sanchez). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Turismo médico en Buenos Aires**. “Me gustó el enfoque que le dieron al tema que desarrollaron” y **¿Por qué no hay fiesta para todos? Integración de personas con capacidades diferentes** (C. Ameijenda, S. Andrade, A. Segura). “Me parece muy interesante el tema y es muy importante conocer más acerca de los discapacitados. Es necesario ayudar a otras personas”.

### María Clara Beverini

Cine y Televisión, Guión (1º A y B). Proyecto ganador: **Pautas y secretos para elaborar un guión exitoso** (N. Ferreiro). Proyecto ganador para los alumnos: **Hollywood, capital mundial del cine comercial: causas de su éxito y permanencia** (M. Reyes y H. Torres Jerez). “Es diferente y original”.

### Marcelo Bianchi Bustos

Diseño de Interiores (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Bauhaus. La**

**Poltrona de Le Corbusier** (R. Babsky y M. Pasarelli). “Me gustó por el material presentado, y el conocimiento que obtuve a partir de la presentación”.

### Florencia Bustingorry

Diseño de Modas, Dirección Teatral (1º A y B, 2º A). Proyecto ganador: **Interior vs Capital: ¿Cuáles son los mecanismos de legitimación en el medio teatral argentino?** (P. Bocos Cavalieri, M. Quinteros Barja y G. Sassi). Proyecto ganador para los alumnos: **El valor simbólico de los vestidos y su importancia en pinturas Renacentistas y Rococó** (M. Chiesa). “Realmente me intereso mucho este proyecto, y me dio mucha intriga para seguir buscando sobre el Rococó”.

### Carlos Bustos

Diseño Gráfico (1º D). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **El feng shui como estilo de vida y su incorporación al diseño** (M. García Sagreras). “Se ingenió para que sea interesante y despierte curiosidad”.

### Rosa Chalkho

Diseño de Imagen y Sonido (1º B). Proyecto ganador: **Uso de distintos elementos de una página web para comunicar un género musical** (P. Blanco y Pasetto, L. Papeschi y L. Vignera). Proyecto ganador para los alumnos: **Racing Club** (J. Amor, C. Barrionuevo, F. Pereyra). “Está muy bien hecho y se nota la investigación. Se nota mucho su entusiasmo en el trabajo”.

### Inés Cisneros

Diseño Gráfico (1º A). Proyecto ganador: **Xul Solar en Milán** (N. Cazzolato, N. Luján y J. Sánchez). Proyecto ganador para los alumnos: **Movimiento Pop Argentino-Marta Minujin en Nueva York** (C. Aponte y F. Serei). “(...) se está especificando la relación que existió entre Marta Minujin y Andy Warhol en Nueva York, y cómo influyo esta relación en Argentina y en la creación de Minujin”.

### Carlos Cosentino

Diseño de Modas, Vestuario (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Marketing Multisensorial** (C. Fiori, D. Mazza, S. Popolizio y A. Servideo). “Lo elegí por el simple hecho de que es verdad y es muy importante de saber”.

Diseño Gráfico, Turismo (1º A y C). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Fotolog** (N. Brega, J. Salanova y P. Terribile Calvo). “Buena presentación: elocuencia y coherencia de las partes del trabajo”.

### Geraldina Cruz

Producción de Modas (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Los diseños de Hedi Slinane y su relación con la ultradelgadez masculina** (M. Mansur, A. Néstor y F. Silberstein). “(...) se identifica mucho con lo que es identidad y estética. Por otra

parte creo que es un tema muy actual e interesante para investigar”.

Diseño de Modas (1º C). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Identidad y estética de los artistas callejeros. Los malabaristas de Plaza Francia de la Ciudad de Buenos Aires** (M. Chambers Gallegos, J. Dentone, D. Deveze y M. Soto Lagos). “Me pareció muy interesante y completa la exposición de este grupo, ya que en el día de hoy se ve mucho en las calles de arte. Me parece buenísimo y muy entretenido el tema”.

### Sergio Di Nucci

Publicidad (1º D). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **El mundial de fútbol y las adaptaciones en publicidad** (S. Bridger, J. Carrizo, M. Saguinetti, D. Zuluaga Guerra). “Hicieron un muy buen trabajo, y creo que sucede tal cual en épocas de mundiales”.

### Gustavo Efron

Hotelería (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Hotelería y comunicación: análisis comparativo: Hoteles Esplendor y Continental** (L. Junas y F. Racciatti). “Es una exposición muy clara y concisa, desarrollaron las características de los dos hoteles y como comunican su oferta”.

### Claudio Eiriz

Publicidad (1º A). Proyecto ganador: **Posicionamiento y notoriedad de marca. La guerra por un lugar en la mente del consumidor** (L. Barbará Farias, N. González y M. Nerqui). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Ciber y los niños** (C. De la Torre, R. López y L. Petricca).

“Exposición concisa y clara de investigación, además de ser posible de lograr” y **Actitudes y competencia** (P. Brea, T. Scoles y M. Tierno). “El tema es de mi interés ya que en un futuro estaré involucrada en ese ámbito. Es un tema que se conoce por todos pero que nadie se toma el debido momento para analizar”.

### Analia Faccia

Organización de Eventos (1º A). Proyecto ganador: **Juegos de Rol** (C. Canay, M. Giron Flores, N. Guzmán Vargas, M. Lourenco Orozco, F. Masiuk). Proyecto ganador para los alumnos: **El hombre y la estética** (F. Arguelles, S. Aristizabal Jaramillo y V. Schroder). “Tema muy interesante. Tabú, hablar y descubrir de esos temas ocultos se hace interesante”.

### Yanina Gambetti

Publicidad (1º B). Proyecto ganador: **Esterotipos sexistas en publicidad. El caso de Axe** (Y. Duarte, S. Marcos Alvarez y N. Sarti). Proyecto ganador para los alumnos: **Nuevos soportes publicitarios** (Juan Cappiello). “Me pareció un tema del cual no hay mucha información y me resulto bastante entretenido e interactivo”.

### Silvia Garay

Diseño Gráfico (1º C). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Colombia-Argentina y sus símbolos** (D. Pardo Benítez y A. Salcedo Segura). “Destaco su esfuerzo por hablar sobre los signos de la cultura argentina, siendo ellos dos colombianos y no conociendo la cultura de este país, ni la historia”.



M. De Azevedo, D. Enriquez Badas, M. Garavilla, D. Kim, G. Leveratto y N. Tiferes (Proyecto Ropa Inteligente)



G. Aranda, D. Fajka, N. Franzoi, N. Gitel, J. Lee (Proyecto Anorexia en la moda)



L. Buedieman, C. Di Domenico, C. Lentini y G. Martinez (Proyecto Love and Peace: Cultura o moda)



M. Braun Anzoategui, F. Park, J. Yuan, M. Miguel y D. Quinzio Neumann (Proyecto Tacos intercambiables)



R. Bares, J. De Lisi, M. Gonzalez Devoto, M. Skaf, J. Skeff, J. Trentuno (Proyecto Evolución del jean)



P. Brea, T. Scoles y M. Tierno (Proyecto Actitudes y competencia)



A. Cagnasso, J. Coppolecchia, A. Diniello, B. Falour (Proyecto Balada para un loco)



P. Babsky y M. Pasarelli (Proyecto Bauhaus. La Poltrona de Le Corbusier)



P. Cuomo, P. Gallarato, M. González Barros (Proyecto El confort en la casa oficina)



Y. Duarte, S. Marcos Alvarez y N. Sarti (Proyecto Estereotipos sexistas en publicidad)



C. Ameijenda, S. Andrade, A. Segura (Proyecto ¿Por qué no hay fiesta para todos? Integración de personas con capacidades diferentes)



P. Cárdenas Aguirre, M. Fule, M. Páez, F. Spoltore (Proyecto Los avances de la cocina paralelamente al confort en el siglo)



P. Bocos Cavalieri, M. Quinteros Barja y G. Sassi (Proyecto Interior vs Capital: ¿Cuáles son los mecanismos de legitimación en el medio teatral argentino?)



N. Brega, J. Salanova y P. Terribile Calvo (Proyecto Fotolog)

## “Un tema innovador y único”

Opinan los estudiantes de 1º A de Hotelería de la profesora Mariangeles Pusineri

### Sebastián Gil Miranda

• Diseño de Imagen y Sonido, E-Design (1º A). Proyecto ganador: **Pop Art** (L. Cañabate, G. Dumont y C. Grasso). Proyecto ganador para los alumnos: **El dadaísmo y Pumpnick** (N. Lalli, A. Maglio, Y. Montagna, M. Torres Negri). “Me gustó el tema, como lo fusionaron y como lo expusieron”.

• Diseño Gráfico (1º A). Proyecto ganador: **Suprematismo** (A. Aguilar, M. Iribarren Ebner, C. Rossi). Proyecto ganador para los alumnos: **Pop Art** (M. Mercante, C. Olivera, M. Quevedo, A. Scarsi, M. Walsler). “El trabajo en si fue creativo tanto como el vestuario, como la presentación en si”.

### Gabriela Gómez del Río

Producción de Modas (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **El vestido negro de Coco Chanel: surgimiento y refuncionalización** (F. Berdasco Langlais, B. Burelli y D. Testa). “Utilidad para nuestra carrera, que siendo un clásico en la historia de diseño de indumentaria podría servir para ayudar a los estudiantes a conocer su historia”.

### Yamila Grandi

Diseño Gráfico (1º B). Proyecto ganador: **El hedonismo como práctica posmoderna** (M. Bonilla Young). Proyecto ganador para los alumnos: **Héroes postmodernos** (F. Torino). “Interesante porque me interesan las historietas, las películas de héroes y cómo influyen en nuestra sociedad”.

### Adriana Grinberg

Diseño de Modas (1º B). Proyecto ganador: **Ropa Inteligente** (M. De Azevedo, D. Enriquez Badas, M. Garavilla, D. Kim, G. Leveratto y N. Tiferes). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Punto de convergencia entre los diseñadores del siglo XXI a la hora de elaborar sus diseños** (M. Mahtuk, M. Sardi y N. Tanos). “Me llamó la atención la entrevista que hicieron. Me pareció bastante interesante y útil la información que brindaron” y **Tacos intercambiables** (M. Braun Anzoategui, F. Park, J. Yuan, M. Miguel y D. Quinzio Neumann). “Me parece que era el proyecto más difícil y abstracto, y las chicas lograron conceptuar bastante bien el objetivo de la investigación”.

### Guadalupe Gorriez

Hotelería (1º A). Proyecto ganador: **Normas de calidad en hoteles 5 estrellas en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires** (G. Faena, P. Keselman, A. Rivas Abedun de Lima y T. Turiel). Proyecto ganador para los alumnos: **Relevamiento de lodge en Misiones** (L. Antognazza, J. Cascante Jacome, F. González, F. Gonzalo Llerena, M. Ramírez y L. Roldan). “Lo voté porque es un tema original y de poco conocimiento en la sociedad”.

### Adrián Guillot

Guión, Cine y Televisión (1º A). Proyecto ganador: **Veamos una de comic** (P. Veron y M. Zagaglia del Valle). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Filmico vs digital** (A. Luque Ramirez Llosa y J. Luque Ramirez Llosa). “La premisa es atractiva, la hipótesis atrevida y propone una aproximación a un interrogante actual” y **Veamos una de comic**. “Es un fenómeno muy reciente en la industria cinematográfica, lo cual hace posible que el comic se vuelva un género”.

### Alberto Harari

Guión, Cine y Televisión, E-Design (1º A). Proyecto ganador: **El cine: herramienta fundamental para la difusión del pensamiento latinoamericano** (M. Avila Lorrente, L. Guzmán Ramírez y J. Waidelich). Proyecto ganador para los alumnos: **Cómo el**

**cine y la TV influyen en la iglesia católica** (J. Lara Gonzalez, E. Kirchman Barrio y D. Pezzati). “La reseña histórica fue completa sin llegar a aburrir. Me parece un tema rico e interesante, que se presta para mucha polémica”.

### Fabían Iriarte

Fotografía, Escenografía (1º A y B). Proyecto ganador: **En búsqueda de una identidad nacional, entre Facundo y Martín Fierro** (A. Serrano Mera). Proyecto ganador para los alumnos: **Evolución escenográfica en el arte del ilusionismo** (J. Alvarez, O. Melián y C. Zedani). “Porque muestra una realidad del hoy ante un mundo visual”.

### Natalia Kaminsky

Publicidad (1º C). Proyecto ganador: **La publicidad de Marlboro a lo largo de la historia** (F. De la Rocha Gonzales, N. De Rosa, D. Doriani, C. Miodownik y J. Yepes). Proyecto ganador para los alumnos: **Publicidad subliminal** (L. Alvarado García, D. Guevara Albuja y M. Park). “El que mejor se exployó”.

### Ernesto López

• Diseño Industrial, Diseño Mobiliario (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Lamparitas hogareñas** (E. Aparicio, P. Gutiérrez y M. Robla). “Fue una lección divertida, muy informativa y la propuesta fue muy analizada, muy bien pensada y totalmente realizable”.

• Hotelería, Organización de Eventos (1º B). Proyecto ganador, compartido entre: **Cruceros para niños** (T. Boggie, N. Cárdenas, J. Chacaliza Saavedra y B. Lunazzi Celis) y **Proyecto Bellas Artes-Arte Ba** (A. La Rosa, R. Lecuona y M. Ruiz). Proyecto ganador para los alumnos: **Cruceros para niños**. “Hablaron de puntos específicos que influían en la curiosidad de las personas”.

### Alicia Macías

Producción de Modas (1º B). Proyecto ganador: **Influencia europea en Argentina: el punk rock porteño** (A. Anisko, M. Ayala y A. Silva Hamburger). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Bulimia y anorexia. Percepción de ideales de belleza en los pre-adolescentes: el problema de los talles** (I. Bertoni Sollier, M. Flores Larrea, K. Molina y E. Ricciardelli). “Me pareció muy interesante y el trabajo cuyas respuestas pueden ser muy útiles para toda la sociedad y útil para cambiar los parámetros de belleza que las adolescentes tienen hoy en día” e **Influencia europea en Argentina: el punk rock porteño**. “Me parece interesante este proyecto porque se puede llegar a saber si el punk porteño se ve influenciado por Europa”.

### Beatriz Matteo

• Fotografía (1º A). Proyecto ganador: **Problemas en líneas de subterráneos** (E. Espinoza). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Apreciación de la belleza** (R. Calle Ortiz). “Me pareció un tema muy interesante para exponer” y **Los peatones que cruzan el semáforo en verde** (M. Villalobos). “Muy buena campaña de concientización”

• Diseño Industrial, Diseño mobiliario (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Pelotas de Golf** (C. Cabrera Gentile, N. Docampo y M. Vidal Diocares). “Temática interesante y buen grado de profundidad en la investigación”.

• Diseño Industrial (1º B). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos, compartido entre: **TV Digital vs. Analógica** (N. Cabrera, M. Di Tada, P. Girod y S. Macagno). “Me gustó el tema, ya que no era de mi conocimiento y me pareció bueno que lo hayan investigado”

y **Nuevo diseño de colectivos** (R. Freixas Perkins, A. Martínez Borda y J. Saldarriaga Velasco). “Buen desarrollo del proyecto”.

### Miriam Medina

Turismo Aventura (1º A). Proyecto ganador: **Inundaciones en la ciudad de Buenos Aires** (M. Costa y L. García). Proyecto ganador para los alumnos: **Residuos urbanos y relleno sanitario** (F. Galiotti y L. Ruiz Leze). “Es fundamental concientizar a la sociedad acerca de la contaminación de los desechos y qué se hace al respecto”.

### Silvia Miszczuk

Turismo (1º A). Proyecto ganador: **Contaminación sonora** (P. Garces, K. Moon y O. Raiponeri). Proyecto ganador para los alumnos: **Feminismo en la publicidad** (S. Goldin, S. Otero, V. Pisano, M. Ribatto). “Interesante y un tema que trata sobre la realidad”.

### Ana Lía Monfazani

Diseño Gráfico (1º B). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Análisis de gráficas de Coca Cola** (A. Acosta, M. Lentini, B. Mathov, C. Perez Iturraspe). “La buena exposición que lograron, explicando las gráficas con un vocabulario apropiado”.

### Romina Moschella

Diseño de Interiores (1º A). Proyecto ganador: **Minimalismo y características del consumidor** (A. González, T. Lopez Carauini, E. Taverna, J. Zucchi). Proyecto ganador para los alumnos: **Urbanizaciones: construcciones barriales** (M. Botta, A. Malagrino Krun, I. San Roman, M. Strasberg). “Muy bien organizado los distintos aspectos del problema encarado desde varias ópticas con gran coherencia entre si”.

### Andrés Olaizola

Relaciones Públicas (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Evolución de la carrera de Relaciones Públicas** (V. García, S. e Lise, F. Pérez). “Me interesa saber sobre la carrera que estoy estudiando”.

### Braulio Perez Martí

Diseño Gráfico (1º C). Proyecto ganador: **El fileteado en la actualidad** (P. Alonso, O. Bonomo, M. Cerneaz)

### José Luis Petris

Publicidad, Comunicación Empresarial (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Jaladores** (L. Atencio, D. Pinedo, R. Pinedo, L. Wong). “Me pareció que es un tema muy productivo para investigar ya que se podrían determinar ciertas pautas de venta y cuánto pueden influenciar en el consumidor”.

### Mariangeles Pusineri

Hotelería (1º A). Proyecto ganador: **El desarrollo del turismo homosexual en la ciudad de Buenos Aires** (F. Berti, M. Lasala, C. Torres Costa). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **La explotación de los pasantes en los hoteles** (E. Ares, P. Mesa, F. Suaina Nebhen). “Porque nos instruye como deberíamos hacer las pasantías” y **La pedagogía Bogotana del sector turístico y hotelero** (J. Cifuentes Varela, D. Pinilla Santana). “Un tema innovador y único”.

### Vilma Rodríguez

• Diseño de Modas (1º C). Proyecto ganador: **Love and Peace: Cultura o moda** (L. Buedieman, C. Di Domenico, C. Lentini y G. Martinez). Proyecto ganador para los alumnos: **Punk** (F. Ierullo, M. Kim). “Es un tema el cual no es muy común y al no tener el mismo tema de investigación aprendí mas de cosas que no sabía que de los demás grupos”.

## “Me pareció el tema interesante, bastante interactivo y muy original”

Opinan los estudiantes de 1º S de Organización de Eventos de la profesora Sol Levinton

• Publicidad (1º A y B). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Discurso publicitario de la marca Coca Cola en Argentina** (J. Arribalzaga, M. Berro Frias, J. Galán, N. Roitman, L. Romano). “Gran descripción de la historia de Coca Cola. Entretenido y muy buena presentación”.

### Cynthia Rubert

Diseño de Imagen y Sonido, E-Design (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Funcionalidad y estética de las páginas web** (M. Arias, D. Mainieri). “Debido a que no solo me interesa el tema porque se relaciona con mi carrera sino también porque fue explicado muy claramente”.

### Julián Ruiz

Diseño Mobiliario, Diseño Industrial (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Mobiliario de exteriores** (M. Cerchi, C. Faga, C. Kura). “Sabían donde ubicar el objeto dentro del contexto elegido”.

### Hugo Salas

Diseño Gráfico (1º B). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **La trabajadora sexual** (F. Casas, M. Fossa, D. Nedelcu). “Me gustó mucho como profundizaron un tema que es tan tabú y que está mal visto por la sociedad. Abordaron una investigación muy interesante”.

### Nestor Santomartino

Comunicación Empresaria, Relaciones Públicas (1º A). Proyecto ganador: **Conflicto Argentina - Uruguay por las papeleras** (A. Lizama, C. Morandeira, A. Romanelli). Proyecto ganador para los alumnos, compartido entre: **Conflicto Argentina-Uruguay por las papeleras**. “Muy completo, por imágenes, muy interactivo” y **Picadas ilegales** (L. Manzi, E. Pisano, L. Vasino). “Me interesa mucho el tema, muy didáctico y dinámico. Muy bien investigado”.

### Irene Scaletzky

Comunicación Empresaria, Relaciones Públicas (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Graffiti Hip Hop** (M. Flándoli, F. Mayca). “Fue la presentación más completa, con una bajada precisa. Tuvo un buen desarrollo oral y audiovisual”.

### Silvina Sotera

Diseño de Modas (1º A). Proyecto ganador: **El actor urbano y su relación con la crisis del 2001** (E. Serebriani, M. Yael). Proyecto ganador para los alumnos: **Los colores en la indumentaria infantil** (D. García Simoes, M. Reisch). “Me parece interesante el tema de los colores en los niños, porque me pregunto por qué hay que exponer a estos a la moda sin respetar su niñez”.

### Stigol Claudia

Diseño de Modas (1º E). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Anorexia en la moda** (G. Aranda, D. Fajka, N. Franzoi, N. Gitel, J. Lee). “Enfocaron la investigación a las distintas variables que afectaban y que consideraron las diferentes posibilidades”.

### Virginia Suárez

Diseño de Interiores (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **La metáfora en las obras de Diseño Interior de Favio Novembre** (T. Birsa, M. Carrera, A. Patlis, B. Perez Terron, M. Salas). “Todas hablaron por igual, de una manera clara, abarcando todos los contenidos. Buena presentación, incluyendo las gráficas”.

### Alejandro Terriles

• Organización de Eventos (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Egresados de escuelas de creativos publicitarios y la UP ¿Qué privilegian las escuelas al contratar?”** (F. Huffman). “Por su desenvolvimiento individual, presentación y exposición del trabajo”.

• Relaciones Públicas (1º B). Proyecto ganador: **Formación profesional de los RRPP en Argentina, Ecuador y Costa Rica** (V. Pinchanski Lustig, M. Sucari, M. Velez Andino). Proyecto ganador para los alumnos: **Perfil en el ámbito laboral de los RRPP** (M. Bianchi, C. Durante, D. González, M. Noya). “Nos permite tener un conocimiento de los perfiles que pide el mercado a los relacionistas públicos y los requisitos que hay que cumplir para ser exitoso”.

### María Magali Turkenich

• Diseño de Modas (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **¿Qué talle soy?** (P. Baleiron, A. Martinez, T. Kuchikian, J. Varela). “Fue la exposición más dinámica, se pudo debatir y compartir opiniones”.

• Diseño de Imagen y Sonido (1º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Los afiches de la Belle Epoque** (M. Álvarez, L. Fernández, N. Marguery, M. Reinoso). “Porque me encantó cómo expusieron, claramente respetando los conocimientos de todos y dejando bien en claro cuál era la investigación”.

### Marina Zurro

Diseño de Modas (1º D). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **La mujer 1900 y la actual** (P. Blanco, C. Fedele, D. Lee, C. Macchi). “(...) el tema que este grupo eligió sigue fielmente con los ejes que nos fueron impuestos. Es un trabajo profundo que no solo habla de indumentaria, sino también de los aspectos psicológicos y de las costumbres de las últimas décadas”.

### COMUNICACIÓN ORAL Y ESCRITA

#### Andrea Bentolilla

Diseño de Imagen y Sonido, Cine y Televisión, Guión (1º S, 2º A). Proyecto ganador: **Gilgamesh, Urban Style** (C. Bustamante, D. Perez, M. Restaino). Proyecto ganador para los alumnos: **Whisky Ness** (J. Carbonell, F. Roldan, M. Vasile). “La búsqueda exhaustiva de detalles de encontrar la manera adecuada de elaborar la exposición”.

#### Marcelo Bianchi Bustos

Diseño Gráfico (1º S). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Balada para un loco** (A. Cagnasso, J. Coppolecchia, A. Diniello,

B. Falour). “Me gustó porque las historias que contaron eran muy frescas y no cansaron. Además la manera con que escribieron y adaptaron las historias les quedo muy buena”.

### Paula Danishewsky

Management Gourmet (1º A). Proyecto ganador: **Teorías del gusto** (Sebastián Melnitzky).

### Dardo Dozo

• Cine y Televisión, Guión (1º S, 2º A). Proyecto ganador para los alumnos: **El diario de Tommy** (M. Gutierrez, O. Merdariu, J. Padilla Vega). “Me pareció muy interesante la historia, la fantasía y los personajes eran atrapantes”.

• Relaciones Públicas, Publicidad (1º S). Proyecto ganador para los alumnos: **Rulito** (O. Oviedo, J. Tayumpanta, P. Vigo). “Una historia busca la inocencia de los niños de encontrar una excusa para siempre jugar aun metiéndose en problemas”.

### Marta Del Pino

• Diseño de Modas, Turismo (1º S). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Día Nacional sin autos** (A. Colimodio, G. Lasry, M. Madera Santos). “Me pareció que contiene gran información importante sobre la situación actual. Tiene buenos fundamentos para realizar el cambio que propone”.

• Organización de Eventos (1º S). Proyecto ganador: **Buenos Aires vamos por más** (G. Bourlot, R. Perri). Proyecto ganador para los alumnos: **Posicionamiento de Buenos Aires en el mundo** (M. Mosovich, M. Vargas Contreras). “Es un proyecto que le da a Buenos Aires la oportunidad de ser reconocida por su movimiento cultural”.

### Alejandro Gómez

Hotelería, Turismo (1º S). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Zona cafetera colombiana como motivo turístico** (Catalina Clavijo, Javier Mayorga Gordillo y Daniel Obregón). “Bastante dinámico y con muy buena apoyatura visual”.

### Marcela Gómez Kodela

• Diseño de Modas, Producción de Modas (1º S). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Comunicaciones en Diseño Gráfico** (J. Castaños Zemborain, S. Regis). “Me pareció una propuesta interesante y a la vez una presentación creativa, ya que pusieron música, flyers y filminas”.

• Hotelería (1º S). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Racing xtreme-Productos con adrenalina** (M. Giraldo Mejía, M. Pagni, J. Soto Robledo). “La presentación del proyecto es más clara y precisa con suficiente información para entender el tema”.

### Adriana Grinberg

Publicidad, Comunicación Empresaria (1º S). Proyecto ganador: **Lo micro: Pintura** (A. De Elizalde, G. Giannetti, H. Ordoñez, D. Pizarro, N. Velaz). Proyecto ganador para los alumnos: **De la granja a la oficina** (V. Incola Garaio, M. Perrotta, M. Street y J. Zapata Crisostomo). “Me pareció muy creativo y posible de realizar”.

### María Fernanda Guerra

• Cine y Televisión, Diseño de Imagen y Sonido, Guión (1º S, 2º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Turist Art** (R. Ponce de León, V. Vedelini). “Investigación específica y bien desarrollada”.

• Diseño de Interiores, Diseño Industrial (1º S). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Banda de rock Ansia** (J. Sampera). “Logro persuadirnos, nos dio ganas de escuchar la música de la banda”.

### Berenice Gustavino

Diseño Gráfico (1º S, 2º A). Proyecto ganador para el profesor y los alumnos: **Op Art Buenos Aires** (G. Durán, J. Nino, F. Sasso). “Me pareció una exposición sólida y divorciada de la improvisación; además del contenido-personalmente- muy interesante y algo que realmente quiero ver en el Malba”.

### Natalia Kogan

Diseño Industrial, Diseño de Interiores, Relaciones Públicas (1º S). Proyecto ganador: **Prosapia** (P. Day; A. Fernandez Besada; P. Giovanneglio; G. Gonzalez; A. Torcasso Suarez). Proyecto ganador para los alumnos: **Pampas Trading** (J. Terradas Leguizamón). “Proyecto interesante de cómo ampliar una pyme digital”.

### Claudia Kricun

Diseño de Interiores, Diseño Gráfico, Fotografía, Comunicación Empresaria (1º S). Proyecto ganador para los alumnos: **El diario de Rosita** (M. Bonilla Young, S. Gutiérrez, P. Masciangoli). “Es el más bonito, resume todas las características del personaje en su diseño”.

### Sol Levinton

Organización de Eventos (1º S). Proyecto ganador: **Cultural** (A. Claro, A. Hidrovo Arciniega, J. Marroquin Santos, T. Segovia Torres, R. Simbron Segovia). Proyecto ganador para los alumnos: **Música 5** (M. García Prieto, I. Indaco, M. Santos Cedeño). “Me pareció el tema interesante, bastante interactivo y muy original”.

### Gastón Monjes

Diseño de Modas, Producción de Modas, Organización de Eventos (1º S). Proyecto ganador: **Propuesta de comunicación del Restaurant Lola** (A. Discoli, A. González, J. Obando Guerrero). Proyecto ganador para los alumnos: **Adagio Heladería-Villa Urquiza** (M. Alonso, L. Barbieri, H. Coronel). “Eligieron un buen microemprendimiento. Me parece muy interesante y creíble lo que proponen”.

### Silvina Scheiner

Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Empresaria (1º S). Proyecto ganador: **La educación vial-Superhéroe que mejore la ciudad de Buenos Aires** (F. Cibils, J. Diaz, S. Linck, M. Pagani, M. Trabatto).



M. Cerchi, C. Faga, C. Kura (Proyecto Mobiliario de exteriores)



P. Day; A. Fernandez Besada; P. Giovanneglio; G. Gonzalez; A. Torcasso Suarez (Proyecto Prosapia)



M. Giraldo Mejía, M. Pagni, J. Soto Robledo (Proyecto Racing xtreme-Productos con adrenalina)



F. Berti, M. Lasala, C. Torres Costa (Proyecto El desarrollo del turismo homosexual en la ciudad de Bs. As.)

# Estampillas. Libros. Packaging. Tipografías. Interiores

Creaciones de estudiantes premiados en concursos internos de la Facultad en el segundo cuatrimestre 2006

Ganadores de los concursos del segundo cuatrimestre 2006 en las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación. En las próximas ediciones de DC se publicarán los ganadores de los otros concursos.



1° premio: Guido Briones



2° premio comp.: Paula Rusconi



2° premio (comp.): Ana Contristano



3° premio: G. Ceballos Herklotz



Mención: Facundo Calvo



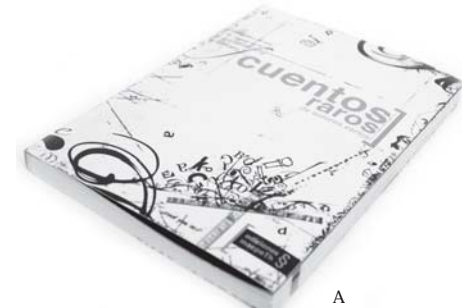
Mención: R. Elorriaga Varas



2° premio comp.: Lucía Bengochea



3° premio comp.: Javier Godoy



A



B



C

A, B y C: 1° premio comp.: Andrea Arguindegui



D



E



F

D, E y F: 1° premio (comp.): Federico Yoshizato



2° premio comp.: Leslie Osterhage



3° premio (comp.): Tomás Guerrero



3° premio comp.: María Gabriela Velasquez



**NUEVOS PRODUCTOS, NUEVO MERCADO. Concurso 17**  
Estudiantes de la asignatura Planificación de Campañas II de la carrera Diseño Gráfico (3° año)

Primer premio: Roger Paredes, Diego Sanguinetti y Alicia Sliwkin (Prof. Adrián Candelmi)



ESTUDIANTES DE LA FACULTAD PREMIADOS

**ENVASAR VALOR. Concurso 21**

Estudiantes de la asignatura Diseño de Packaging I de la carrera Diseño Gráfico

Primer premio compartido: Julián Baum (1) - Florencia Roccatagliata (2 y 3)  
Segundo premio compartido: Gonzalo Rodríguez (4 y 5) - Carolina Torino (6)  
Tercer premio: Verónica De Col (7)  
(Prof. Diego Pérez Lozano)



**WORKHOME. Concurso 35**

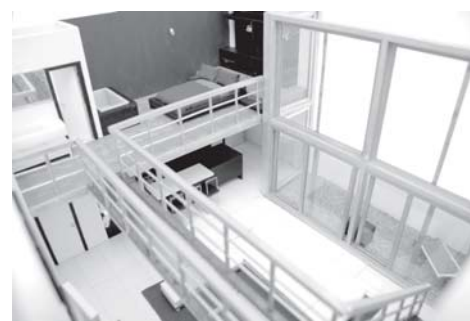
Estudiantes de la asignatura Diseño de Interiores II de la carrera Diseño de Interiores. (2º año)

Primer premio compartido: Jimena Bloise (Prof. Silvia Porro) - Brenda Zornio (Prof. Estela Reca)  
Segundo premio compartido: Silvina Nissero - Antonia Cardona Costa (Prof. Reca)  
Tercero premio compartido: Nicolás Fangioli - Lucía Somoza (Prof. Porro)

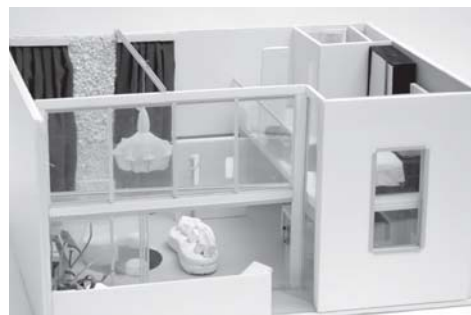
Menciones: Gabriela Ruiz y María de los Angeles Quintar (Prof. Marcela Jacobo) - Denise Calculli - Daniela Riccomi - Ramiro Colinet (Prof. Porro)



1º premio comp.: Brenda Zornio



1º premio comp.: Jimena Bloise



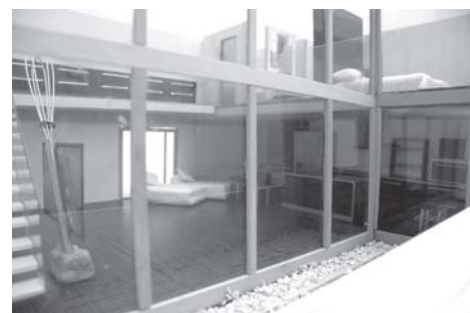
3º premio comp.: Nicolás Fangioli



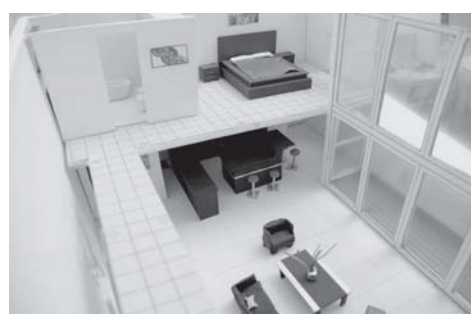
2º premio comp.: Antonia Cardona Costa



2º premio comp.: Silvina Nissero



3º premio comp.: Lucía Somoza



Mención: Denise Calculli



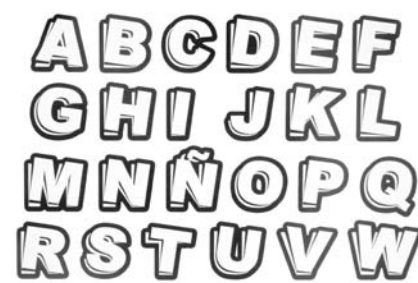
Mención: Ramiro Colinet

**CREATIVIDAD TIPOGRÁFICA. Concurso 20**

Estudiantes de la asignatura Taller II de la carrera Diseño Gráfico (2º año)

Primer premio compartido: Francisco Bosco (Prof. Antonio Sensini) - Valeria Loforte (Prof. Romina Bogossian) - Leandro Rivas (Prof. Diego Pérez Lozano)  
Segundo premio compartido: Luis Caretta (Prof. Pérez Lozano) - María Florencia Ruiz (Prof. Sensini)  
Tercer premio compartido: Clara Beccar Varela

(Prof. Pérez Lozano) - Damian Schiavone (Prof. Bogossian) - Emiliano Topino (Prof. Pérez Lozano)  
Menciones: Paola Agrelo (Prof. Pérez Lozano) - Carolina Daiana Gonzalez (Prof. Jimena Toledo) - Guadalupe Orfila (Prof. Antonio Sensini) - Guadalupe Rios (Prof. Toledo) - Ana Maria Vilas de Ucar (Prof. Pérez Lozano).



1º premio comp.: Francisco Bosco



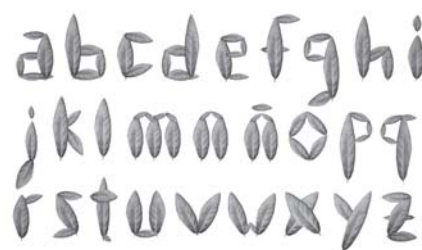
1º premio comp.: Valeria Loforte



2º premio comp.: Luis Caretta



3º premio comp.: Clara Beccar Varela



Mención: Guadalupe Orfila



3º premio comp.: Emiliano Topino



1º premio comp.: Leandro Rivas



2º premio comp.: María Florencia Ruiz



3º premio comp.: Damian Schiavone



Mención: Guadalupe Rios

# “Somos buscadores de experiencias”

Gustavo Lento Navarro en Cool Hunter Seminario de Nuevas Tendencias en Diseño y Comunicación

El 21 de junio la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo y la Revista Tendencia organizaron el Seminario de Nuevas Tendencias en Diseño y Comunicación “Cool Hunter”. Disertaron acerca de esta temática destacados profesionales de diferentes disciplinas que analizaron la situación actual sobre la investigación de tendencias e innovación en los campos concernientes al diseño y las comunicaciones. Se abordaron las siguientes áreas: diseño de indumentaria, diseño industrial, diseño gráfico, diseño audiovisual, management gourmet y diseño mobiliario.



Gustavo Lento Navarro >

TENDENCIA



La actividad se inició por la mañana con la presencia de **Gustavo Lento Navarro**, Diseñador de Indumentaria y Textil, abogado a la investigación de tendencias. Su tema giró en torno a “Narcisos y Apocalípticos. Nuevas tendencias en el consumo”. Desarrolló el tema a partir de una idea: estamos sostenidos en un pilar que es la hipermodernidad, eso nos hace Narcisos y Apocalípticos. En opinión del disertante, somos sujetos centrados en nosotros mismos y esto tiene una enorme influencia en el consumo. Por otra parte vertió una declaración que despertó gran interés en los presentes, “ser cool hunter hoy está fuera de tendencia”. No tiene sentido hoy para las instituciones que alguien les diga: “esto es lo que se usa”. El cool hunter de los '90 mutó; se fue a la búsqueda de experiencias “self-searcher”. Relató que la investigación de un tema la realiza a partir de 3 ejes: Individualidad hedonística, globalización extrema y tecnología epidérmica. A partir de esta investigación podemos inferir lo que sigue. Todo debe ser para nuestro propio placer y satisfacción. La Sociedad Global implica cambios importantes. La tecnología hoy es casi una epidemia, podemos definirla como viral, bacteriana. Estamos inmersos en una sociedad de hiperconsumo.

La sociedad del entretenimiento, antes no estaba tan presente. Hoy el consumo debe pasar por la búsqueda del entretenimiento. El diseñador debe pensar en entretener. La identidad está ligada al consumo no a la producción. Actualmente, en una sociedad globalizada ya no se liga al producto con su país de origen, cultura y religión. Hoy el producto es múltiple y estos factores no se ordenan tan automáticamente. Es muy importante al momento diseñar poder ver que estamos en presencia del consumo emocional “doping”. Estamos casi dopados, vamos a un producto casi por vicio. “Somos buscadores de experiencias”. En algunos lugares ya asistimos a la posibilidad de personalizar un producto, eso significa que el producto tiene enraizado premisas que lo ligan al sujeto.

Todos los días vamos del espectáculo sensorial al hogar. Esta vuelta al hogar marca un sentido

de este nuevo consumo. La casa comienza a mutar a un espacio escenográfico que trajo aparejado aspectos de cambio tales como: presencia de velas, sillas, almohadones; volver a casa es una experiencia distinta. Todo el hedonismo cuando regreso a casa.

Otra tendencia es la medicalización del consumo. Se observa una obsesión por la salud. Tomamos y comemos algo que seguramente tiene efectos casi milagrosos cuyas etiquetas nos cuentan todas las vitaminas y minerales que posee el producto. Los productos anclan en nuestro “narciso que cada vez desea estar más sano y fuerte. Eso se enraza en nuestro miedo más íntimo el “apocalipsis”.

Hay diálogo entre las cosas, citó el ejemplo de la heladera que avisa al celular de su dueño, que ya no queda fruta. Otro tema interesante que compartió es la Existencia 001: Second life: web 2.0, web semántica, conciencia ECO. La generación 2.0 nos muestra la conexión entre sujeto y cosa y entre sujeto y sujeto mediado por una cosa. Hay además información de sujeto a sujeto por medio de los blogs. Puedo diseñar una vida paralela a la propia. Cualquiera de nosotros puede vivir dos veces. El sujeto es ultradinámico, está continuamente en tránsito, probando todo.

La conciencia ECO está compuesta por los siguientes conceptos: “hacé verde, hacé click, hacé fácil y hacé visible”. Cuando en diseño se trabaja el concepto de ecología se tienen en cuenta estos conceptos. El desafío es llevar el producto ECO al alcance de todos.

Llegó el momento del diseño industrial de la mano de Perfectos Dragones, **Leticia Churba** y **Gustavo Stekolschick** fueron los representantes del grupo conformado por 5 integrantes. Ellos están formados en distintas vertientes del diseño y eso les ofreció un enfoque mucho más rico. Reconocen que debieron pedir ayuda a entendidos, cuando llegó la hora de los números, la planificación y los temas que exigen evaluaciones ajenas al diseño de índole empresarial.

El tema que presentaron fue su mirada particular de la tendencia. Para eso partieron de

una definición del término que buscaron en la web. Con esa definición y con imágenes de publicidades, con modelos donde no se veía la marca, comenzaron a interactuar con el público y a preguntar si sabían en cada imagen a que marca correspondía. Luego del juego, Leticia comentó que una de las preguntas más importantes que se hicieron en el inicio del proyecto fue plantearse si debían esperar o proponer. No dudaron, “el sello dragón es ser propuesta, no esperar”. Se diferencian por ser casi artesanal, poca cantidad de productos y materia prima ideada por ellos; eso hace que la producción no pueda ser a gran escala. Pero aún en ese marco artesanal rescatan la calidad que presentan sus productos que son siempre iguales. Tienen matrices, fichas técnicas que respetan y eso respalda la calidad de sus productos. Su lugar de propuesta tiene el sello de productos que transmiten cosas fuertes; piensan cada pieza cómo protagonista. Para lograr esos resultados investigan materiales, su duración, hacen dos o tres prototipos los muestran y ven que pasa, si gustan; y que resultados dan al usarlos. Luego de pasar esa prueba comienzan a producir. El mayor logro es haber cumplido el sueño de trascender llegando a tener expuestos sus productos en el Museo Momo. Diseñan productos innovadores desde la materialidad y desde lo productivo, logran proyectos productivos y alcanzan estándares de calidad, ése es el “Sello Dragón”.

Continuó **Daniela Blanco**, Directora de la Revista Tendencia, definiendo a la misma cómo una Revista de Stylelife; un concepto con versión femenina y masculina. Para Blanco ser cool hunter está en vías de profesionalizarse. A ella le gusta más el término etnógrafo que cool hunter. Encuentra muchas similitudes entre un cool hunter y un periodista. La actividad de cool hunter tiene gran conexión con el espacio-tiempo que nos rodea. Hay dos planos, uno descriptivo y otro interpretativo. La revista es lo que antes eran las revistas de actualidad o generalistas. De todos modos Blanco cree que cada mes es un nuevo desafío y hay que estar atento a lo que la gente desea

encontrar. Para esto cuenta con un equipo de profesionales que trabajan muy a conciencia. Hay una dimensión muy importante que es setear la pauta de contenidos. El criterio de selección no es arbitrario, está fundamentado. Se seleccionan temáticas y se las jerarquiza. Es una operación puntual para un cool hunter y para el periodismo editor. El cool hunter, al realizar esta operación semiótica, le da mayor riqueza a su trabajo. Es cómo meterse en el laboratorio del día a día para interpretar mejor los discursos sociales. El tema importante es el abordaje del discurso, tener diversidad de discursos es muy rico. Al dirigir una revista masiva, Blanco, considera que no debe dejar de evaluar los posibles efectos de lo que allí se escribe; además de ofrecer agudeza profesional. Debe haber un combo entre alta percepción emocional de lo que acontece, más lo formal; de ahí sale un discurso social sólido. También comentó el rol del fotógrafo en la gráfica, que a su criterio, puede redefinir el discurso. En la revista se revisa la vanguardia y refleja el hoy a partir de tres discursos: el semántico, el semiológico y el semiótico.

La tarde comenzó con todo lo que marca la tendencia en el mundo gourmet. Hoy puede decirse que es un espacio que va desarrollándose rápidamente y requiere conocimientos, estrategia y agudeza a la hora de jugar en el sector. **Martín Blanco** de Moebius Marketing y **Daniel del Visso** de Estudio del Visso, ambos reconocidos por su trabajo en el mundo gourmet. Se complementan en los trabajos donde hacen un buen maridaje, todo lo relacionado a la gráfica aportado por el Estudio del Visso y las estrategias de marketing y Start up de negocios aportado por la consultora Moebius. Pasaron revista por las distintas marcas en las que desarrollaron trabajos a saber: Isadora, Bimbo, Pérsico, Tía María, Eliot, Mundano, Sensu, entre otros. Preguntaron a los presentes que es Tendencia y a partir de ese ir y venir de ideas desarrollaron el tema. Para ver en detalle que nos dice la tendencia en el sector gastronómico tomamos nota de los siguientes ítems aportados por los enten-



Martín Blanco, Moebius Marketing y Daniel del Visso, Estudio del Visso



Daniela Blanco, Revista Tendencia



Daniela Rusak, Cool hunter



Leticia Churba y Gustavo Stekolschick, Perfectos Dragones



## SEMINARIO COOL HUNTER, NUEVAS TENDENCIAS EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN

didados en el tema: "cada vez más planning y menos improvisación", el 65% de los restaurantes que abren desaparecen antes de los 18 meses, porque lo cool no siempre es buen negocio.

"Más foco en la rentabilidad", el 90% de los consumidores son infieles a las marcas; en lo gastronómico se suma que son muy exigentes. "Branding cuidado a todo nivel de los proyectos" y "sinergia vital entre los profesionales y asesores". No alcanza con saber cocinar bien hay que saber gerenciar, conocer de stocks y de ambientación en el local. "Cuidado al innovar", no perder el foco en la rentabilidad. A veces, por querer ser tan diferente, se es una oferta poco atractiva o que al cliente no le resulta interesante. "Innovación y negocio", esto implica que haya un modelo atractivo de negocio. "Look and feel adecuado al concepto, más productividad y procesos masivos" en mercados hipercompetitivos, la rentabilidad baja. Temáticas locales aplicadas a conceptos y negocios de alcance global.

Actualmente tenemos restaurantes italianos en la India y casa de empanadas en Miami. Se toman conceptos atractivos y se los piensa para que funcionen en cualquier lugar del mundo. Esto requiere un análisis pormenorizado de varias cosas, entre ellas el nombre, la imagen, el diseño, etc. "La inexistencia de fronteras llegó a lo gourmet; esto requiere aggiornarnos para ser competitivos." Para finalizar, pasaron imágenes de negocios y productos que fueron cambiando para seguir fuertes en el mercado. La opinión de ambos es que "las tendencias pueden cambiarse, pero cuidado, requieren de mucho dinero, fuerza y tiempo y ó una marca muy fuerte"

Mediando la tarde **Orilo Blandini** y **Mariano Barbieri** del grupo Doma compartieron su experiencia en su labor gráfica y audiovisual. Hace 9 años que vienen trabajando en un grupo conformado por profesionales con distintas orientaciones. Son tres diseñadores gráficos y uno formado en Imagen y Sonido. Cuando iniciaron su actividad debieron sobrevivir a la crisis del 2001. El dilema era irse o quedarse y decidieron quedarse y así conocieron al director de Locomotion que quedó impactado por un trabajo de ellos y a partir de allí comenzaron a trabajar fuerte. En el 2002 los llamaron para curar una muestra en el MALBA, lo que implicó todo un desafío estar inmersos en el mundo del Arte. Esta muestra que duró dos meses despertó tantas críticas favorables como grupos que los resistían al provocar la pregunta de si el Diseño era Arte. Más tarde siguieron con muestras en el interior del país y empezaron a trabajar con muñecos realizados en tela para una muestra en el Museo de Bahía Blanca. Llevaron una muestra a Berlín. Tenían un objetivo claro: "Producir lo propio". Así surgió el desarrollo del muñeco Jesús astronauta que es diseño de Doma con matriz y fabricación china. Hoy ya suman otro objetivo que es el desarrollo de contenidos propios. Ambos se mostraron muy genuinos a lo largo de la charla y en todo momento remarcaron que lo de ellos, hasta el momento, conserva el espíritu que siempre quisieron darle al proyecto y es el desarrollo de trabajos que realmente les gusta, hacer más allá de si es un negocio brillante.

Llegó el momento de hablar de lo cool en diseño mobiliario, para eso la invitación fue compartir una visita virtual al salón del mueble de Milán con el arquitecto **Rubén Mochi**. Cree que desde hace mucho tiempo desarrolla un actividad de cool hunter sin habérselo pro-

puesto. Vivió en Italia varios años y viajó mucho. A esto le suma una constante búsqueda de lo estético. Mencionó lugares del mundo que considera dan pautas a un cool hunter, ofrecen ciertas cosas que para quien tenga el olfato desarrollado en cazar tendencias no debe dejar de mirar a saber: Londres, Bombay, Milán, Shanghai, New York y Tokio. Para él Milán es una escuela de vida; es un centro de moda, diseño y cultura. Citó a Madona cómo una cool hunter, ya que a nivel imagen, marca tendencia. Una condición esencial del profesional cool hunter es la intuición, olfato, el poder sentir y palpar en el aire lo que va a pegar fuerte. Estos profesionales con todo esto que captan, deciden hoy lo que se va a usar mañana. Para Mochi el espacio dónde se observa esto con mayor claridad es en el Diseño de Moda. Luego de dicho todo esto, viajó virtualmente al salón del mueble de Milán con escalas guiadas que deleitó a la audiencia con el plus que su experiencia y lectura profesional agregan para quien no conoce tanto del tema.

Para dar el pantallazo final del trabajo del cool hunter se presentó **Daniela Rusak**, reconocida profesional que trabaja para una Consultora internacional realizando análisis e investigaciones en distintos lugares del mundo. Le resultó difícil realizar una definición sobre este trabajo de cool hunter. Todos los presentes estaban ansiosos por saber que hay que hacer para trabajar de esto. Rusak dió pautas de comportamiento que deben estar presentes en los profesionales que hacen del hunting un trabajo, por ejemplo, observación atenta, caminar con mirada curiosa, desarrollo del espíritu observador y con todo lo observado realizar un análisis. Lo comparó con sacar una foto. El trabajo que ella realiza es dar un informe de todo lo que analiza y a partir de eso, quienes necesitan de esa información, toman lo que les sirve para elaborar su propia propuesta. Según quien sea el que lo analiza, sacará cosas diferentes acorde a su imagen, perfil de consumidor, target al que apunta, etc. No construyen con la misma información Trossman, Chocolate o Ayres. Comentó que no posee un tipo de metodología en particular. Ella también es productora de moda y desarrolló el diario de Ayres. Ese proyecto terminó y comenzaron a llamarla para solicitarle informes. No hay una metodología exitosa para llevar adelante el trabajo. "Lo que te distingue

y hace de tu trabajo algo requerido por otros es la percepción y lectura que hacés a partir de lo que captas" dice Rusak y agrega "el poder de observación y sensibilidad es importante, pero cómo escribís, eso es igual de importante. Los informes se dan con fotos y textos, por lo tanto hay que saber escribir, conocer de discursos y darle a cada investigación el contenido que sea atractivo, que atrape."

Entonces sintetiza "un cool hunter no es un adivino, es un perceptivo que trabaja, vende un informe sensorial, presenta un proyecto de lo que cree que puede pasar, luego, otros procesan esa información, según sus necesidades y de ahí salen las tendencias".

## COMPUTACIONGRAFICA

TALLERES AGOSTO / SEPTIEMBRE 2007

**DREAMWEAVER BÁSICO** (OF: 3084)  
Web Sites con Dreamweaver. Edición de un sitio web. Diseño de una plataforma para web. Aplicación de multimedia en la página web. Publicación del sitio en Internet.  
**Lunes 27 de agosto y 3, 10, 17 de septiembre de 18.45 a 20.15 hs.**

**FLASH BÁSICO** (OF: 3085)  
Animaciones con Flash. Dibujando con Flash. Presentaciones con animaciones 2D. Animación de textos. Animación de personajes.  
**Lunes 27 de agosto y 3, 10, 17 de septiembre de 20.30 a 22 hs.**

**PHOTOSHOP BÁSICO** (OF: 3086)  
Programa de retoque fotográfico. Herramientas básicas. Primeros pasos.  
**Jueves 23, 30 de agosto y 6, 13 de septiembre de 10 a 11.30 hs.**

**ILLUSTRATOR BÁSICO** (OF: 3087)  
Creación de imágenes bidimensionales con Illustrator. Creación de imágenes bidimensionales. Diseño de texturas personalizadas. Aplicación de textos a una pieza gráfica. Utilidad de los efectos especiales  
**Jueves 23, 30 de agosto y 6, 13 de septiembre de 11.30 a 13 hs.**

**RHINO** (OF: 3142)  
Modelado digital. Nivel Inicial  
**Viernes 24, 31 de agosto y 7, 14 de septiembre de 18.45 a 22 hs.**

Los cursos constan de 4 clases de las cuales se debe asistir al menos a 3 para considerar aprobado cada curso. Para concurrir a los mismos se requiere conocimiento en el manejo de windows.  
Informes e inscripción: Orientación al Estudiante. Mario Bravo 1050 5º piso

CURSOS GRATUITOS. ABIERTOS SÓLO PARA LA COMUNIDAD UP. CUPO LIMITADO.



Orilo Blandini y Mariano Barbieri, Grupo Doma



Rubén Mochi, Arquitecto

## Diálogos con profesionales

Ciclo de Desarrollo Profesional de los 4º años de todas las carreras de la Facultad

La asignatura Seminario de Integración I integra los planes de estudio en los cuartos años de todas las carreras de la Facultad. En esta asignatura se invita a destacados profesionales de los diseños y las comunicaciones para dialogar con los estudiantes.

### Programa Agosto - Septiembre 2007

Lunes 27 de agosto, 9 hs.

**Carlos Nesci**. Director de negocios de JWT Argentina. (Publicidad - Relaciones Públicas)  
**Emmanuel Taub**. Lic. en Ciencias Políticas. Doctorado en Ciencias Sociales. Maestrando en Diversidad Cultural. (Diseño Industrial)  
**Sergio Corian**. Especialista en Marketing para Profesionales. (Modas - Interiores - Gráfico - Cine y TV - Diseño de Imagen y Sonido)

Lunes 27 de agosto, 19 hs.

**Lucas Varela**. Infografista, ilustrador e historietista y **Ana Harari**. Diseñadora de Interiores. (Interiores - Gráfico - Modas)  
**Verónica Rímuli**. Secretaria de Redacción de Adlatina.com. (Publicidad - Relaciones Públicas)

Lunes 3 de septiembre, 9hs.

**Robin Laight**. Relaciones Públicas del Festival Iberoamericano de la Publicidad. (Publicidad - Relaciones Públicas)  
**Ana María Gueli**. Especialista en Recursos Humanos, inserción laboral y desarrollo de carreras. (Modas - Interiores - Gráfico - Cine y TV - Diseño de Imagen y Sonido)  
**Jorge Muracciole**. Sociólogo. Especialista en temas laborales. (Diseño Industrial)

Lunes 3 de septiembre, 19hs.

**Marisa Koifman**. Marisa Koifman Comunicación Estratégica. (Publicidad - Relaciones Públicas)  
**Raúl Manrupe**. Director creativo de la productora de cine publicitario Sinfilms. (Interiores - Gráfico - Modas)

Lunes 10 de septiembre, 9 hs.

**Juan Manuel Domínguez**. Director asociado de Tandem Strategic Group. (Publicidad - Relaciones Públicas)  
**Fernando Del Vecchio**. Especialista en Design Management. (Modas - Interiores - Gráfico - Cine y TV - Diseño de Imagen y Sonido)  
**Sergio Corian**. Especialista en Marketing para Profesionales. (Diseño Industrial)

Lunes 10 de septiembre, 19 hs.

**El Sueco Alvarez**. Director de arte del la revista Veintiuno y fundador del diario Pagina 12. (Interiores - Gráfico - Modas)

Lunes 24 de septiembre, 19 hs.

**Pancho Dondo**. Periodista especializado en Publicidad. (Publicidad - RRPP)

# “Web 2.0; en este entorno tenemos que hacer publicidad...”

Expresó Fernando Barbella, Director creativo de Ogilvy Interactive en las 11<sup>º</sup> Jornadas Universitarias de Publicidad 2007

El 30 de mayo la Facultad de Diseño y Comunicación con el auspicio de Interactive Advertising Bureau de Argentina (IAB) y Adlatina.com llevó a cabo las 11<sup>ª</sup> Jornadas Universitarias de Publicidad bajo la temática “Publicidad Interactiva”.

El foco principal de este evento estuvo puesto en profundizar sobre el mundo de la publicidad en Internet, cada vez más importante en la planificación publicitaria y las comunicaciones integrales de marketing. El encuentro ha demostrado cuales son los conocimientos necesarios que el mercado actual exige para afrontar una demanda profesional innovadora y en constante desarrollo, característica de las empresas que conforman hoy la industria de la publicidad en Internet.

**Mariano Bosaz**, Gerente de Marketing y Negocios de La Nación.com abrió las Jornadas con una temática en constante cambio “Panorama del medio en la Argentina”. Su exposición se fundamentó en los índices de crecimiento y participación de los segmentos incluidos en el mercado interactivo, reflejando que en Latinoamérica ya se han alcanzado los 85 millones de usuarios, representando en la Argentina el 15% de la población. Los locutorios y Cybers se consolidan como el primer canal de conexión y esto refleja los factores que han influenciado en el crecimiento del medio.

Bosaz afirmó que en lo que respecta a niveles demográficos se puede entender que en el último año han ingresado un alto número de jóvenes de clase media baja y baja, como también adultos de clase media y media alta. Para concluir con algunos datos cuantitativos y según las últimas estadísticas arrojadas por el IAB en lo que va del año, Internet se instala como el tercer medio al cual los argentinos están más expuestos, pero en el que menos se invierte, dejando demostrado un porcentaje de crecimiento on line del 35% durante el año pasado.

**Mariela Pol**, Gerente UMI Argentina, Universal Mc Cann Interactive expuso sobre la nueva era de las Agencias digitales. Pol comenzó con la pregunta ¿Por qué “nueva agencia”? y la respuesta fue que la tecnología avanza y no se detiene. El consumidor es permeable a adoptarlas, porque hay más interacción, más trend setter, más poder del usuario, más diversidad, más protagonismo. Los sitios de entretenimiento se tornan más relevantes para los usuarios, por ejemplo, You tube. Existen 3 pantallas computadora fija, laptop y celular. El orden ya no importa, el usuario lo redefine según el momento y sus necesidades.

Ante el cuestionamiento “¿De que preocuparnos?”, Pol contestó, “No del contenido, es sobre las acciones; no sobre video, es sobre

interactividad (generada por Web 2.0) y funcionalidad; no camino a seguir, el contacto con el usuario fluye en varias direcciones; no parchase funnel, es sobre el ecosistema mediático en el que nos encontramos; no solo consumo, es sobre la participación, activación, producción, comunicación, contrato.” ¿Por donde seguimos?. Investigación y análisis no solo del consumidor, sino de los nuevos canales o los existentes, pero ya digitalizados. La publicidad se vuelve personalizada.

Luego dijo que las 5 Tendencias importantes son Video Evolution (la funcionalidad de internet hace una tv mas cercana); Mobile Marketing gets real (la 3<sup>º</sup> pantalla se torna muy relevante al usuario a través de los contenidos especialmente seleccionados); Social Networks se simplifican los mecanismos para generar creadores de contenidos); Web 2.0 (mensajes instantáneos, llamadas gratuitas, compartir links, crear una comunidad) y Entertainment Integration (Mayor engagement a través de canales digitales. Asociación al contenido y ser parte del mismo).

**Diego Antista**, Gerente Comercial de Clarín Global, presentó los cambios y adaptaciones que sufre el marketing on line en estos tiempos, desde la evolución de conceptos tradicionales: Producto, precio, plaza y promoción a los nuevos términos y condiciones que demanda el mercado digital. Cuando internet se ocupa de hablar de producto, busca aliados tales como, instantaneidad, variedad, comparación y la compra hedonista. Se entiende que desde la web se deberían cubrir casos conflictivos en la historia publicitaria: cómo comunicamos y vendemos tangibilidad/intangibilidad vs. Marca; cómo resaltamos la originalidad vs. masivo, cómo vendemos productos vs. servicios y de modo más complejo, cómo vamos de genérico a marca y viceversa.

En lo que respecta al precio, Antista explicó que se debe buscar la concentración de la oferta, entendiendo que la exclusividad de marca se encuentra en un sitio web y que problemas de stock o de ubicación de los productos, en el mercado on line ya dejaron de preocupar.

Estos niveles de adaptación a nuevos estilos de comunicación también ocurren con los puntos de venta y las posibilidades de demostración del producto, donde en el mundo on line, todo es más accesible, pero no tangible, por lo cual el público muchas veces duda en la compra virtual.



Fernando Barbella  
Director creativo de  
Ogilvy Interactive >



Para concluir, Antista sostuvo que los mundo on line y off line son parecidos pero no tanto, y que ambos requieren del sentido común del comunicador y del usuario.

**Germán Herebía**, Director de InZearch, nos proveyó los últimos conocimientos sobre un tema que está cada vez más instalado en nuestro mercado: Web 2.0.

Este concepto se refiere –según la definición de Herebía– “a la transición percibida en Internet de las webs tradicionales a aplicaciones web destinadas a usuarios. En la Web 2.0 el uso de la web está orientado a la interacción y redes sociales, que pueden servir contenido explotando los efectos de las redes creando o no webs interactivas y visuales. Los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o webs dependientes de usuarios, que como webs tradicionales”.

Algunos de los ejemplos más conocidos en Web 2.0 son: Wikipedia.org, YouTube (video), fotolog.terra.com.ar, Monografias.com entre otras.

A modo de conclusión, el Director de InZearch, sostuvo el éxito asegurado de esta nueva herramienta, por la facilidad de crecimiento de todos los indicadores de consumo de Internet: acceso, publicidad, medios; como así también la seguridad de que ese crecimiento esté controlado en el corto, mediano y largo plazo, gracias a los modelos de pago por click.

Mientras que **Victor Estrugo Rottenstein**, Gerente de Operaciones de Insite Latin America habló sobre el presente y el futuro de Web 2.0. Comenzó exponiendo que es un Blog, por que se escribe en un blog, como funciona como herramienta del marketing relacional; un poco de historia, evolución y la actualidad. El blog como medio de comunicación, como se mide y finalmente como trabaja la publicidad en los mismos.

**Martín Kogan**, Gerente de Yahoo! Search Marketing habló sobre Historia del Search, Search Engine Marketing y Publicidad en Buscadores.

Definió que es el search y los motores de búsqueda. Un buscador es una herramienta que permite al usuario encontrar información, documentos en base a una determinada palabra o frase. Los motores de búsqueda son sistemas que buscan en Internet cuando les pedimos información sobre algún tema. El resultado de la búsqueda es un listado de direcciones Web en los que se mencionan temas relacionados con las palabras clave buscadas.

Hizo un poco de historia abordando las nuevas tendencias en Internet y en Search, cuales son los buscadores en la vida cotidiana y cuales son los componentes de una campaña.

En 1990 nace Archie que indexaba y buscaba en FTP's, pero solo en los nombres de los archivos, no en los contenidos. En 1991 surgió Gopher que indexaba y buscaba en archivos de texto. Ambos eran buscadores, pero no estaban basados online. También nacieron Aliweb, Webcrawler y Lycos entre otros. Pero el primer buscador que realmente fue popular es Altavista. Mientras que en 1994 Yahoo! el directorio jerárquico.

Según las estadísticas de Internet Society, los internautas eran 190.000 a fines de 1997; 300.000 en 1998; 510.000 en 1999 y 2.500.000 a Diciembre del 2000. (Datos otorgados por IAB Argentina: Junio 2006: 10.320.000).

Hoy los especialistas en tipo de búsqueda vertical son en lo que refiere a Blogs, Technorati; en video You Tube; en cuanto a fotografía la empresa es Flickr; enciclopedia Wikipedia; en música Soul seek; en conocimiento Yahoo respuestas y en personas, mspace.com, linked in.

Habló sobre la evolución de los medios en



Mariano Bosaz, La Nación.com



Mariela Pol, Universal Mc Cann Interactiva



Diego Antista, Clarín Global



Germán Herebía, InZearch

contrapartida a la web 2.0. Definió a los Mass Media como "igual a todos", a los My Media como "personalizado" y a los We Media como "Comunidades".

Comentó que se pasó de un enfoque en un mercado de masas a considerar millones de nichos en mercados que terminan por ser aún más grandes combinados que los mercados tradicionales. Hablando de Social Media, Comunidades y Web 2.0 comentó que el objetivo es que todos podamos encontrar, usar y compartir todo el conocimiento de la humanidad. Encontrar lo que estamos buscando; Usar: Que la búsqueda tengo un propósito concreto y Compartir: el conocimiento con gente con la que nos conectamos y conectarnos con aquellos con los que compartimos el conocimiento.

Habló de los componentes de una campaña, como trabajar el branding, obtener contactos y realizar ventas. Cómo elegir las palabras claves adecuadas, como miran los resultados los usuarios. Trabajó casos de estudio. Definió qué es un landing page (en Internet marketing, una landing page es la página a la que un usuario es redireccionado luego de hacer clic en un anuncio).

El evento concluyó con el Seminario de Creatividad Interactiva a cargo de **Pedro Panigazzi**, Director General Creativo de Publiquest y **Fernando Barbella**, Director creativo de Ogilvy Interactive. Panigazzi, bajo el concepto "Ser creativo, ser interactivo" comenzó su presentación definiendo creatividad como un desarrollo que va de los fenómenos transicionales al juego compartido, a las experiencias. Luego desarrolló el pensamiento creativo aplicado a lo interactivo, dan-

do ejemplos vinculados a soportes modernos utilizados en la actualidad tales como Podcasts, Videopodcasts, blogs, fotologs y videologs, para finalmente destacar a Google como buscador que cambió a todos la forma de pensar. Planteó la estrategia a la que apunta esta empresa: "No almacenes ni clasifiques nada, simplemente búscalo...". A continuación se refirió a las reglas del trabajo creativo, enumerando y explicando cada una de ellas y recordando que "las reglas son las que me van a permitir entrenar y obtener resultados." Por su parte Fernando Barbella comenzó su exposición preguntando ¿En donde estamos parados?, ¿Qué hacemos?, ¿Que pasa con las marcas? Como respuesta a dichos interrogantes Barbella dijo, "Web 2.0; en este entorno tenemos que hacer publicidad...". Teniendo en cuenta lo que significa la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web; surgió el planteo de género: Publicidad vs Comunicación interactiva. En respuesta a la manera de actuar en este contexto, determinó la necesidad de re-enfocar el pensamiento creativo, es decir, utilizar la creatividad para encontrar mensajes y formas que utilicen el código del medio y así, generar experiencias relevantes y de valor. Por último en referencia a las marcas, considera que necesitan nuevos "creativos", vinculados a la dirección de arte, arquitectura de la información, diseño industrial, programación, entre otros, especificando la necesidad de que las mismas sean participativas, que representen una experiencia, que tome vida propia y fundamentalmente que permita realizar ejecuciones en toda la gama de posibilidades que brindan los medios interactivos.



Victor Estrugo Rottenstein



Martin Kogan, Yahoo! Search Marketing

## Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculo

Escena Creativa 6. Septiembre 2007



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. Este Ciclo está dirigido a estudiantes y profesionales del campo del teatro y del espectáculo.

### El proceso creativo de la puesta en escena

Lunes 17 y 24 de septiembre de 11:30 a 13:30

Santiago Doria (actor, autor, director, docente y titiritero)



Desde el surgimiento del concepto de "puesta en escena" y de la figura del "director" como el responsable de la concepción estética y de la articulación de los signos que aparecen en el espectáculo, se han concebido distintas propuestas estéticas y aproximaciones al hecho teatral que implican una utilización diversa del diseño visual y sonoro del espectáculo, así como también la implementación de diferentes técnicas en el trabajo actoral. Desde su amplia experiencia, Santiago Doria se propone abordar en este seminario, las distintas instancias del trabajo del director, desde el primer contacto con el texto dramático hasta el día del estreno, abordando la relación entre los distintos signos teatrales y el trabajo con los integrantes del equipo creativo: actores, escenógrafo, vestuarista, iluminadores, músicos, sonidistas, etc.

Actividad libre y gratuita con inscripción previa. Enviar CV a: teatrod@palermo.edu, detallando nombre del/los seminarios que desea realizar. Informes: 5199-4500 int. / 1530 / 1514 / 1502). Coordinación Académica: Héctor Calmet y Andrea Pontoriero

Seminarios de Autor  
EN TEATRO Y ESPECTACULOS



**EstudiantesDC on line** es una publicación digital mensual destinada a los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación, que anticipa las novedades académicas y administrativas del mes de la Facultad. Este newsletter se envía a comienzos de cada mes. En este caso la edición 7 se envió a comienzos de agosto y, en DC de setiembre, se la transcribe como un ayuda memoria para los estudiantes.

### Para agendar, para planificar

**Clases para estudiantes regulares.** Las clases comienzan el 6/8 y terminan el 30/11. Estos estudiantes no tienen clases en la semana de exámenes previos del 16 al 19/10. Los profesores, en esa semana, cumpliendo sus mismos horarios de clases, tienen exámenes como titulares o adjuntos.

**Clases estudiantes ingresantes Agosto 2007** Los ingresantes comienzan sus clases el 21/8 y terminan el 30/11. Los estudiantes ingresantes tienen clases normalmente durante el período de exámenes de octubre.

**Calendarios Especiales.** Las clases de las Maestrías en Diseño y de las asignaturas denominadas Electivas Especiales (significa que fueron creadas especialmente y no pertenecen a una determinada carrera) cumplen el mismo calendario que los estudiantes ingresantes agosto 2007.

Las **horas de consulta** (Módulos MAP) del 2º cuatrimestre 2007 comienzan el 10/9 y finalizan el 9/11, no hay horas de consulta durante la semana de exámenes, del 16 al 19/10.

El **Ciclo de Evaluación**, tanto para estudiantes regulares (que comienzan el 6/8) como para ingresantes (que comienzan el 21/8) se desarrollará desde el 5 al 30/11. El cierre de actas de cursada se realiza, obligatoriamente, en la segunda semana del ciclo de evaluación: del 12 al 16/11.

### "Puedo cambiar de materia?"

Los estudiantes que se inscriben en asignaturas pueden cambiar de curso y/o darse de baja de las mismas hasta 2 semanas después del inicio de las clases de cursos regulares (ver calendario académico).

Esta norma se aplica a estudiantes regulares, a ingresantes y a aquellos que cursan materias electivas. Al momento de darse de baja en una materia es conveniente tener en cuenta las siguientes consideraciones para evitar consecuencias arancelarias.

En la primera semana después de iniciadas las clases la baja de una asignatura la puede realizar directamente el estudiante a través del Sistema de Alumnos.

En la segunda semana después de iniciadas las clases la baja de una asignatura debe realizarse completando la Solicitud en el ministerio de Orientación al Estudiante.

Pasadas las dos semanas de iniciadas las clases no hay más cambios en las cursadas.

### "No figuro en la lista"

Si el estudiante no está en el acta de la cursada debe comunicarse o dirigirse a la Oficina de Orientación al Estudiante con el comprobante de inscripción para regularizar su situación, de lo contrario puede perder la cursada de la materia. Por tal motivo es necesario que el estudiante se asegure estar en las actas. Pasado el primer mes de clases no se aceptan reclamos y los estudiantes no inscriptos no pueden permanecer en el aula, salvo que ha-yan solicitado autorización al docente para permanecer como oyente. Recordar que los docentes no inscriben a los estudiantes en las materias, esto es un trámite administrativo que lo debe realizar el alumno. Es responsabilidad de los estudiantes estar formalmente inscriptos en las asignaturas que cursan (deben aparecer en el acta de cursada respectiva).

### Programa de Asistentes Académicos

Con el Programa de Asistentes Académicos comienza la formación y capacitación de estudiantes y egresados de la Facultad interesados en la actividad docente. Integra la capacitación (en los encuentros quincenales) con la práctica semanal en el aula acompañando al docente que el asistente elija. El Programa puede ser cursado como materia electiva o extensión. La inscripción al Programa comienza el 2/7 (Enviar mail a slandr@palermo.edu). Y las clases comienzan el 21/8.

### Electivas Especiales

Todos los cuatrimestres la Facultad organiza varias cátedras para enriquecer la formación de los estudiantes más allá de sus carreras. Estas materias son creadas a pedido de los estudiantes que quieren especializarse y concentrar su formación en temáticas y/o proyectos especiales. Este cuatrimestre se ofrecen:

A. Electivas especiales abiertas a todos los estudiantes de la Facultad (no tienen requerimientos especiales de acceso a las mismas): Introducción al diseño de espectáculos - Programa de asistentes académicos - Expresiones tipográficas - Maquillaje y caracterización - Fotografía digital - Historia de la moda - Incubadora de empresa - Taller de serigrafía - Circuitos Argentinos II - Modelado y rendering digital.

B. Electivas especiales abiertas para determinadas carreras de la Facultad: Taller de confección nivel 1 (para diseño de modas) - Geométrales por computador 1 (para diseño de modas) - Geométrales por computador 2 (para diseño de modas) - Diseño de calzado para diseño de modas - Taller de prototipos y maquetas (para diseño industrial y de interiores) - Diseño de lencería (para diseño de modas) - Design Innovation - El juego como forma (para diseño de imagen y sonido).

C. Electivas con valor académico para la Licenciatura en Diseño: Historia y tendencias del diseño I - Gestión empresarial - Investigación y desarrollo I - Investigación y desarrollo II

D. Cátedras Multiproyecto: Dirección de arte audiovisual

### Seminario de Integración II

#### Cuartos años de todas las carreras

A partir de agosto 2007 la única opción de cursar Seminario de Integración II será en las cátedras metodológicas organizadas para que los estudiantes que están en el cuarto año de sus carreras terminen en tiempo, forma y calidad su proyecto de graduación.

Hay muchas opciones horarias y docentes (se puede consultar en el ministerio de Orientación al Estudiante y en las Carteleras de la Facultad).

La inscripción es únicamente personal y en la Oficina de Proyecto de Graduación, Mario Bravo 1050, 5º piso (10 a 20hs). Para estudiantes que estén de viaje pueden hacerlo por mail a proyectodegraduaciondc@palermo.edu Para aquellos estudiantes que tengan dudas o requieran consultas complementarias se realizara una reunión (2 opciones horarias) el 6/8 a las 11:30 y a las 18:30 hs.

Hay varias recomendaciones para acceder y aprovechar el cursado de las mismas. Se puede consultar en Escritos de la Facultad 36 o retirar un ejemplar en la Oficina de Graduación

# Proyecto de Graduación en 4 Etapas

## 25, 50, 75 y 100: Las cuatro etapas del Proyecto de Graduación

**A partir de agosto 2007, todos los estudiantes que están culminando su Proyecto de Graduación (último requisito académico para obtener el Título Final de Grado de todas las carreras de cuatro años que dicta la facultad) deben cursar obligatoriamente (quienes la adeuden) la asignatura metodológica Seminario de Integración II (022564).**

**Esta asignatura y los distintos profesores que la dictan, organiza para todos los estudiantes, el trayecto final del proceso de armado y presentación del Proyecto de Graduación en cuatro grandes etapas:**

### PRIMERA ETAPA

#### Consiste en 5 semanas de clases

El estudiante ingresa a la asignatura con el núcleo de los contenidos de su trabajo avanzado (que desarrolló en las asignaturas específicas de su carrera) y con adecuada disponibilidad de horarios y compromisos en su agenda universitaria y extrauniversitaria para poder desarrollar el Proyecto de Graduación en los plazos fijados.

El primer trabajo de cada estudiante con el docente es verificar la factibilidad de alcanzar los objetivos con la dedicación comprometida. Se evalúa el nivel y la calidad del trabajo con el que ingresa y sus otros compromisos académicos (cursadas y finales que se adeudan).

Se delimita y recorta el trabajo procurando evitar extensiones superficiales para incrementar la concentración de la actividad del estudiante en las cuestiones principales.

Este es el momento de terminar de definir los alcances, la importancia del trabajo y la contribución personal, original, novedosa y creativa de cada proyecto.

El proyecto se categoriza ubicándolo con respecto a las cuatro líneas básicas de desarrollo de los proyectos de graduación, a efectos de organizar las próximas etapas del trabajo y el proceso de evaluación respectivo. Se contextualiza en el campo profesional y/o disciplinar, citando referencias bibliográficas y documentales, y demostrando la actualidad e importancia del mismo.

Los contenidos se organizan en el índice, que conceptualiza y estructura en capítulos todo el trabajo posterior. La producción que se entrega al final de esta etapa es básicamente escrita e incluye además de título e índice, los borradores avanzados de la fundamentación e introducción, y una síntesis de los contenidos de cada capítulo.

Durante esta etapa, los estudiantes pueden cambiar de curso y profesor. A partir de la segunda etapa ya no se pueden realizar estos cambios. La entrega de esta primera etapa (1) constituye el 25% del Proyecto de Graduación. Su aprobación significa que el estudiante sigue cursando regularmente la asignatura.

### SEGUNDA ETAPA

#### Consiste en 5 semanas de clases

El estudiante ingresa a esta etapa con el índice, el borrador avanzado de la introducción, una síntesis de cada capítulo, y la decisión de continuar hasta el final de la cursada con el mismo profesor.

Esta segunda etapa consiste en el trabajo en profundidad de cada capítulo hasta su penúltima redacción. Este es el momento de trabajar intensamente en la escritura del Proyecto de Graduación, incorporando las referencias bibliográficas y/o documentales consultadas. Se integra al núcleo del PG (que el estudiante trae de otras asignaturas) en un marco conceptual, académico, profesional, adecuado y actualizado.

Capítulo a capítulo se presentan los temas, se

ubica la producción (tanto creativa, como proyectual o teórica) y se arriba a conclusiones preliminares.

La integración de las conclusiones parciales de cada capítulo conforma la base del capítulo final del PG, que son las conclusiones generales que respaldan los aportes originales alcanzados en el trabajo.

El avance de esta etapa se verifica en la producción escrita de cada estudiante. Es un trabajo en profundidad, de redacción minuciosa, en el que se respeta el índice, la introducción y la síntesis alcanzada en la etapa anterior. Cada capítulo adquiere su sentido expresando su aporte y vincula la introducción con las conclusiones.

La entrega al finalizar la etapa (1) incluye la penúltima redacción de cada capítulo y el esbozo de las conclusiones finales. Seguramente, en esta etapa del proceso se van incorporando algunas modificaciones a la etapa anterior, por lo tanto, cada entrega formal es acumulativa, debe contener todo el trabajo elaborado hasta el momento.

La entrega de esta segunda etapa constituye el 50% del Proyecto de Graduación. Su aprobación significa que el estudiante sigue cursando regularmente la asignatura.

Es el momento del registro del Proyecto de Graduación (Se debe completar la ficha respectiva y entregarla por triplicado en la Oficina de PG).

### TERCERA ETAPA

#### Consiste en siete semanas de clases

El estudiante ingresa a esta etapa con el índice y la presentación (que realizó en la primera etapa) y la escritura de cada capítulo con sus conclusiones parciales (que realizó en la segunda etapa).

Esta tercer etapa consiste en la redacción final de cada capítulo, de las conclusiones y en la escritura (respetando la normativa) de la bibliografía. Se recuerda que solamente se permite incluir bibliografía y/o documentación consultada cuyas referencias se encuentran explícitamente incluidas en la introducción, en los capítulos o en las conclusiones del proyecto.

La entrega de esta tercera etapa en la penúltima semana de clases (1), constituye el 75% del Proyecto de Graduación. Es la finalización del Cuerpo B. Su aprobación significa que el estudiante sigue adelante con la asignatura. Termina la cursada formal y regular de la asignatura Seminario de Integración II la última semana de clases de cada cuatrimestre, cuando el docente efectúa la devolución de la última evaluación del 75% con las recomendaciones, modificaciones y correcciones, para que el estudiante las incorpore para la entrega final (100%).

### CUARTA ETAPA

#### Esta etapa no tiene cursada regular

Sólo tiene una fecha de entrega del Proyecto de Graduación finalizado, que es la tercera semana de diciembre (para los que cursan

Seminario de Integración II el segundo cuatrimestre de cada año), o la tercera semana de julio (para los que cursan Seminario de Integración II el primer cuatrimestre de cada año). Para los que no alcanzan a entregar en esta fecha, quedan automáticamente en condición de prórroga hasta la última fecha posible de entrega del Proyecto de Graduación: la última semana de febrero para los que tenían que entregar en diciembre y no llegaron a hacerlo, y la última semana de septiembre para los que tenían que entregar en julio y no alcanzaron a hacerlo. Bajo ningún concepto se recibirán trabajos fuera de este período de prórroga. En esta última etapa se formaliza la entrega completa del Proyecto de Graduación terminado (100%).

Es el momento de las últimas lecturas, de las correcciones ortográficas y estilísticas, del trabajo con los detalles de narrativa y redacción (coherencia, lógica, desarrollo, integración y otros), que articula las partes del proyecto en un todo coherente, personal y significativo, con la introducción, los capítulos, las conclusiones y la bibliografía. Corresponde al Cuerpo B.

Es el momento de chequear las citas y referencias bibliográficas de acuerdo a la normativa vigente en la Universidad. Es la oportunidad de chequear todas las imágenes utilizadas y sus referencias de autoría. Se completa el Cuerpo A y, si corresponde, los anexos.

La entrega se realiza en la Oficina del Proyecto de Graduación. Con la aprobación del 100% del PG se aprueba la cursada de la asignatura Seminario de Integración II.

Son causales de desaprobación: no entregar el trabajo en la fecha correspondiente, no entregar el trabajo con los criterios de presentación establecidos (en este caso no se recibe) o desaprobación del mismo.

A partir de la cursada de Seminario de Integración II del segundo cuatrimestre 2007, la devolución de la calificación será en períodos preestablecidos y fijos. Se constituyen las "Semanas de Evaluación de Proyectos de Graduación" que coinciden con los períodos de exámenes de la Facultad.

Los estudiantes que aprobaron el 100% del PG, serán notificados con anticipación a efectos que, para dicha semana de evaluación, se inscriban el examen final de Seminario de Integración II. Tienen que adquirir el permiso de examen e inscribirse en la mesa de examen, como lo hacen habitualmente con todas las asignaturas de su carrera. Esta es una condición obligatoria. Este es el último requisito académico del PG.

Posteriormente, los estudiantes se acercan a Secretaría Académica a efectos de resolver administrativamente el Trabajo Final de Grado (este requisito lo hace cada estudiante cuando termina de aprobar todos los finales de su carrera).

### Fecha de Entrega - Fecha de Evaluación

Para los Proyectos de Graduación entregados en diciembre, la Semana de Evaluación es la última semana de febrero del año siguiente. Para los Proyectos de Graduación entregados en febrero, la Semana de Evaluación es la semana de exámenes de mayo.

Para los Proyectos de Graduación entregados en julio, la Semana de Evaluación es en la semana de examen de octubre.

Para los Proyectos de Graduación entregados en septiembre, la Semana de Evaluación será la primera semana de diciembre.

(1) Se realiza al profesor.

### + CONSULTAS

proyectedegraduacion@palermo.edu

### Seminario de Integración II (022564) Planificación 2º Cuatrimestre 2007

#### 1º Etapa

- Abarca cinco semanas de clases.
- Comienza la semana del lunes 6 de agosto y termina la semana del viernes 7 de septiembre.
- Finaliza con la entrega del 25% de PG.

#### 2º Etapa

- Abarca cinco semanas de clases.
- Comienza la semana del lunes 10 de septiembre y termina la semana del viernes 12 de octubre.
- Finaliza con la entrega del 50% de PG. (Se entrega al profesor)

#### 3º Etapa

- Abarca seis semanas de clases.
- Comienza la semana del lunes 15 de octubre y termina la semana del viernes 23 de noviembre.
- Finaliza con la entrega del 75% de PG.

La última semana de clases, del lunes 26 al viernes 30 de noviembre, es la devolución del 75% con recomendaciones, modificaciones y correcciones, para incorporarlas a la entrega final (100%).

El ciclo completo abarca diecisiete semanas: se inicia en la semana del lunes 6 de agosto y culmina en la semana del viernes 30 de noviembre.

#### 4º Etapa

No tiene cursada regular. Se finaliza el 100% del PG.

- Entrega del PG: semana del lunes 17 al viernes 21 de diciembre. (Se entrega en la oficina de Proyecto de Graduación)
- Semana de Evaluación de los trabajos entregados en diciembre 2007 y aprobados: semana del 25 al 29 de febrero 2008.
- Prórroga de Entrega del PG: semana del lunes 25 al 29 de febrero 2008.
- Semana de Evaluación de los trabajos entregados en prórroga: semana del lunes 26 al viernes 30 de mayo 2008.

## Escritos en la Facultad

En el número 36, agosto 2007, de la serie Escritos en la Facultad fue editado el texto completo del Proyecto de Graduación. Esta publicación puede retirarse sin cargo en la oficina de graduación y/o consultarse en: [www.palermo.edu](http://www.palermo.edu) ---> Facultad de Diseño y Comunicación ---> Publicaciones Académicas ---> Escritos en la Facultad

## diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación (oechev@palermo.edu.ar)  
 Diseño: Constanza Togni  
 Fotografía: Agustina Jait - Fernando Servente  
 Textos: Romina Pinto - Elisabet Taddei  
 Tirada: 10.000 ejemplares

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

