

SUMARIO

- ▷ 5º Jornadas Universitarias de Diseño de Historietas 2006: La pasión argentina en imágenes e historias Página 2
- ▷ Libro Imágenes de la Facultad de Diseño y Comunicación Página 2
- ▷ Fragmentos en Escena. La UP en el Regio Página 3
- ▷ Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes de Espectáculo. Crónicas escritas por estudiantes Página 4 y 5
- ▷ Diseño en Palermo. Encuentro Latinoamericano 2006: Instituciones Oficiales y Asociaciones / Universidades e Instituciones Educativas auspiciantes Página 1 y 12
- ▷ Estudiantes de la Facultad nominados en el concurso Homo Videns 2005/2 Página 2
- ▷ Escena Creativa 3. Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos: Reseña de actividades Página 3
- ▷ Ciclo Agenda Global. Embajada de Panamá Página 3
- ▷ Nuevas Materias Electivas. Segundo Cuatrimestre 2006 Página 6
- ▷ Programa de cooperación de la Facultad DyC con las producciones de estudiantes de 3º y 4º año de las carreras audiovisuales Página 7
- ▷ Escena Creativa 4. Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculos: Betty Gambartes y Lorenzo Quinteros Página 7
- ▷ Reseña de actividades: Programa de Capacitación y Actualización con el IAB Página 8
- ▷ Presentación de Felipe Taborda en Diseño en Palermo. Encuentro Latinoamericano 2006 Página 9
- ▷ Espectáculo Integrado 2006. El equipo creativo en el Diseño de Espectáculos Página 9
- ▷ Reseña de las Jornadas de Publicidad 2006: Planners protagonistas en estrategias publicitarias Páginas 10 y 11
- ▷ Consejo Asesor Académico Página 11

La pasión argentina en imágenes e historias



5º Jornadas Universitarias de Diseño de Historietas 2006 organizadas con el Museo de la Caricatura Severo Vaccaro **31 de agosto, 10 hs.** Pág. 2

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

Fragmentos en Escena

La Universidad de Palermo en el Regio



Muestra de [fragmentos] de obras de teatro dirigidas por los estudiantes de las carreras de Diseño de Espectáculos (Escenografía y Vestuario) y Dirección Teatral en el **Teatro Regio** dependiente del Complejo Teatral de Buenos Aires.



6 de septiembre, 11 hs. Pág. 3

Directora: Belén Sánchez Noya >

PARA IR AGENDANDO - SETIEMBRE 2006

Escena Creativa 4 Seminarios de Betty Gambartes y Lorenzo Quinteros	1º Jornadas de Turismo Cultural	4º Jornadas de Diseño de Información
A partir del 5 de setiembre	26 de setiembre	28 de setiembre

Informes e inscripción: 51994500 int. 1502, 1514, 1530 / consultasdc@palermo.edu. Libres y gratuitas.

Imágenes

de la Facultad de Diseño y Comunicación

En este libro la Facultad se presenta a través de 1000 imágenes y creaciones de sus estudiantes (2006, 122 páginas color)

Pág. 2



Adriana Varela en UP

Ciclo Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo

4 de setiembre, 15 hs.

Adriana Varela abre el segundo Ciclo de Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo. Las entrevistas serán los días lunes en el Auditorio UP, Mario Bravo 6º piso.



Inscripción: 51994500 int. 1502, 1514, 1530 / consultasdc@palermo.edu. Libre y gratuito.

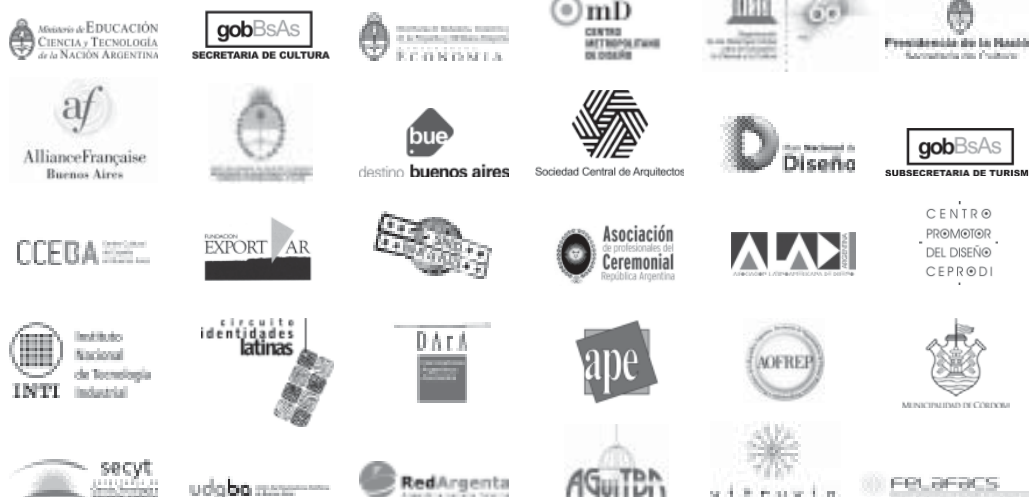
Diseño en Palermo

Instituciones oficiales y asociaciones que auspician el Encuentro Latinoamericano

Al cierre de esta edición comenzaba el Encuentro Latinoamericano organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación. Es, probablemente, el evento académico de Diseño más importante realizado en Argentina. Expresa el crecimiento sostenido y el reconocimiento logrado por el Diseño Argentino en Latinoamérica y el mundo. La participación de estudios, empresas y profesionales como los auspicios tanto de instituciones oficiales y asociaciones (cuyas imá-

genes están incluidas en esta página) como de las cien universidades y escuelas de Diseño de Latinoamérica que respaldan este proyecto (ver imágenes en la última página de esta edición), significa el reconocimiento del lugar de liderazgo alcanzado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la UP.

(Más información en DC Setiembre y en www.palermo.edu/dyc)



www.CD.Cine.Audio.TV

Estudiantes de la Facultad nominados en el Concurso Homo Videns del segundo cuatrimestre 2005

Homo Videns es el concurso que se realiza entre todas las obras audiovisuales y digitales que producen los estudiantes de la Facultad para los exámenes finales de las asignaturas respectivas. En el 2º cuatrimestre 2005 se presentaron 236 obras en las categorías que se detallan en esta nota. Cada categoría tiene nominados (entre ellos están los primeros, segundos y terceros premios de cada categoría. El día de la entrega de premio se conocerán a los premiados en cada categoría y se proyectarán reels con fragmentos de las obras nominadas) y mencionados que se detallan a continuación:

ANIMACIÓN 2D

Mencionado: *Contame tu Historia* (Romina Faerman)

ANIMACIÓN 3D

Nominados: *Aserrín* (Mariano Mendoza; Andrés Mingarro) • *Ajedrez* (Rodrigo De Mingo; Damián Durso; Francisco Patimo) • *Pedro, el pescador pescado* (Cristian Ferreri; Luis Merli; Lukas Moser; Federico Schwarzbock)

CD ROM INTERACTIVOS

Nominados: *Ciudad Coldplay* (Fernando Ramallo) • *IceCold* (Fernando Maclen; Pablo Arribas) • *Gackt Camui* (Victor Javier Altman)
Mencionado: *Lemorse: Play Dead Game* (Diego Colonna; Mariano Maceri)

DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE PÁGINAS WEB

Nominados: *Museo Cultural del Tango* (Nicolás Zicarelli) • *CTI Corporativa* (Hernán Kainz) • *Sony & BGM* (Ariel Ríos) • *U2* (Lucas Lombard)
Mencionados: *Cuenta cuentos* (Fernando P.Laurito) • *Revista digital Museo Histórico y Natural de Berazategui* (Germán Martínez)

DOCUMENTAL

Mencionado: *Leen Cooper* (María Jimena Lojo; Pablo Marrone)

EXPERIENCIAS AUDIOVISUALES

Nominados: *Vorágine* (Mariano Besso; Marcelo F. Peljhan) • *Sepultura* (Nicolás Buzeki; Fabián Carpio)

FICCIÓN A

(1º y 2º año de las carreras audiovisuales)
Nominados: *Solo 2* (Federico Villar; Solange Daniele; Andrés Klajman; Santiago Milano) • *El Esqueleto* (Sarah Brathwaite; León Falcón; Nicolás Chiari; Roy Kalbermatter) • *Despertar* (Damián Masulli; Andrés Cisneros; Marcelo Fuentes) • *Sentidos* (Matías Aimar; Lautaro Solari; Luis Di Ciochis; Ezequiel Villahoz; Rodrigo Rojas; Eugenia Hinterwimmer)
Mencionado: *Magia & Tenis* (Javier Altman; Lucas Labandeira)

FICCIÓN B

(carreras del área de comunicaciones aplicadas)
Mencionado: *Noveno mandamiento* (Ricardo Alarcón; Antonela Di Fiore; Mateo Flandoli; María Jaeschke; Viteri, Xavier)

FICCIÓN C

(3º y 4º año de las carreras audiovisuales)
Nominados: *La sogá al cuello* (Bruno Cilloniz; Marina Fernández Cuffre; Matías Melesi; Marcela Poplavsky) • *Un truco de magia* (Alfredo Girelli; Agustín Gregori; Rodrigo Modesta; Mercedes Canepa; Santos Firpo) • *La madre de Ernesto* (Ezequiel Epifanio; Victoria Frazan; Alfredo Girelli; María del Huerto Iriarte; María Pomes)

FICCIÓN D

(primer cuatrimestre de ingresantes)
Nominados: *Una extraña confusión* (Jimena Lojo; Pablo Marrone; Pablo Galván; Pablo Szuster; Martín Villegas; Jorge Ortega; Juan Zhindon) • *Transición* (Eloisa Guzman; Santiago Lemos; Blanca De Santis; Raquel Basurto; Ricardo Escala; William Villamagua) • *Sunset Boulevard* (Federico Mazzagalli)
Mencionados: *Suplente* (Benjamin Amadeo; Tatiana Castañeda; Héctor Vélez; Santiago Caputo; Catherine Villar) • *Corazón Delator* (Verónica Desouches; Adrián Galarcep Vidal; Tatiana Castañeda)

INSTITUCIONAL

Nominados: *¿Mito o realidad?* (Agustina Destefano; Liliana Ramírez; Gisela Robles) • *Autódromo de la Ciudad de Bs. As.* (Christian Cardenas; Andrés Cuk; Aldo Punta) • *Grupo Netcom* (Natalia Calvo; Carolina Lubitz; Ramoneda; Lucian Safatle)

PRESENTACIONES DE PRODUCCIÓN

Nominados: *No olvides* (Patricia Gutiérrez López; Milagros Martínez Frugoni; Jazmin Bognanni) • *Globos* (Melina Sada)

PROGRAMAS DE TV

Nominados: *La Cueva* (María Eugenia Hinterwimmer; Matías Aimar; Jessica Manuza; Maximiliano Persechini; Lautaro Arias Solari) • *Día a Día* (Pilar Aldanondo; Sarah Brathwaite; De Brigard; Ignacio Lecouna; Florencia Talani)

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN CULTURAL

Nominados: *Hambre en Sahel* (Nicolás Meroño; Milagros Marsetti; Guido De Benedetti) • *Jackson Pollock* (Yesenia Urbina; Carlos Gabriel Li; Melina Greco) • *Sebastián Salgado "Terra"* (Graciana Descalzo; Juliana Duque; Nanci Isaac; María Gabriela Zettler)
Mencionado: *Joan Miró* (Germán Altamirano; José Arellano; Octavio Maggio; Gabriel Sermentero)

SONOESCENAS

Nominados: *Civilización* (Matías E. Aimar) • *Doom* (Ezequiel Villahoz; Lautaro Arias Solari) • *Ella* (Sarah Brathwaite; Florencia Talani)
Mencionado: *La zanahoria traicionera* (María Eugenia Hinterwimmer)

SPOT PUBLICITARIO

Nominados: *Nivea Hand* (Lizbeth Morales; Paula Teramo; Marco Pico) • *Amor Urbano* (Lizbeth Morales) • *100% Lona* (Maite Salazar; Paula Teramo; Federico Alvaro)
Mencionado: *Yerba Mate Cbse* (Martín Galleano; Juan Manuel Giordano; Federico Nachmann; Nicolás Padilla)

TRAILERS

Nominados: *Historias mínimas* (Fernando Sancho) • *9 Reinas* (Fernando Cambria) • *Lucía y el sexo* (Gastón González; Germán Sánchez) • *800 Balas* (Gonzalo Abaro)
Mencionado: *Zatoichi* (Pablo E. Arribas)

VIDEOCLIPS

Nominados: *Cables Pelados* (Martina Carcavallo; Jaime Bouquet; Juan Carlos Rocio; Rocio Cognò) • *El Garrón* (Agustín Del Castillo; Ramiro González) • *Homero* (Kim Jae Ryung; Braian Stel)

Entrega de premios
17 de agosto, 19 hs.

Mario Bravo 1050, 6º piso, Auditorio.

La pasión argentina en imágenes e historias

5º Jornadas Universitarias de Diseño de Historietas 2006 organizadas con el Museo de la Caricatura Severo Vaccaro

31 de agosto, 10 hs.

Por 5º año consecutivo la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo organiza las Jornadas Universitarias de Diseño de Historietas 2006.

Importantes profesionales del dibujo y la narración cuentan situaciones cotidianas o históricas sobre diversos personajes. En esta ocasión contaremos con la presencia de guionistas e ilustradores que compartirán sus trabajos para el mercado nacional y el exterior. Desde la creación a la realización, desde la metodología de trabajo hasta

la comercialización del producto terminado. Diferentes colectivos culturales cuentan sus experiencias a partir de casos concretos. Entre los invitados se encuentran Leo Batic de Duenos del Sur; Diego Parés y Jorh (dibujante y guionista), Federico Reggiani (guionista) y Cacho Mandrafina entre otros. Además contaremos con la Muestra del Museo itinerante de Humoristas Gráficos e Ilustradores Argentinos.

Sede. Auditorio Mario Bravo 1050, 6º piso.

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

Imágenes. Pasión por crear

En el marco del Encuentro Latinoamericano de Diseño, la Facultad presenta el libro Imágenes

Como lo dice su título este libro de 122 páginas color recopila más de 1000 imágenes y creaciones de estudiantes de la Facultad. Afiches, fotografías, tipografías, packagings, indumentaria, textiles, objetos, interiores, paisajismo, creación publicitaria, historietas, películas, proyectos digitales son, entre otras, las áreas y carreras presentes en este libro a través de trabajos que los estudiantes han realizado, y realizan, habitualmente en las materias que cursan.

En la introducción del libro el Decano de la Facultad expresa: La Facultad de Diseño y Comunicación es un proyecto pedagógico, exitoso e innovador, de características únicas en América Latina. Alcanzó un reconocido lugar de liderazgo académico en la preparación de nuevos profesionales en todas las áreas y especializaciones, desde las tradicionales hasta las emergentes, en todos los diseños y las comunicaciones contemporáneas.

Es la primera en su campo en crear y desarrollar nuevos espacios universitarios de formación profesional. En muchos sigue siendo la única. Las imágenes de este libro testimonian procesos: crear y producir, investigar y reflexionar, expresar y comunicar, idear y proyectar, estudiar y construir conocimientos son acciones que constituyen, día a día, las actividades de los estudiantes en su tránsito por la Facultad.

Las imágenes también documentan el respaldo de veinte años de historia de la Facultad en la consolidación de un estilo pedagógico único, que integra expresión de tendencias y experimentación estética con rigurosidad académica y calidad profesional. Las imágenes hablan, por sobre todo, de la pasión por crear que se vive en la comunidad de profesores y estudiantes que constituyen nuestra Facultad de Diseño y Comunicación.

El diseño integral del libro fue realizado por el Estudio Bernardo + Celis, sus titulares Javier Bernarndo y Jimena Celis son egresados de Diseño Gráfico de la Universidad de Palermo. Todas las fotografías empleadas forman parte del Banco de Imágenes del Centro de Produc-



ción de la Facultad de Diseño y Comunicación. Son imágenes de Trabajos Prácticos, de Trabajos Finales, de Concursos y de Portfolios de estudiante y asignaturas. Todas las imágenes de estudiantes utilizadas fueron fotografías en las instalaciones de la Universidad de Palermo.

Se realizó una tirada de 2000 ejemplares en la imprenta Latingráfica en julio 2006 con el ISBN 987-21881-2-2.

El libro imágenes está a la venta en Tesorería UP, Cabrera 3507, 1º piso, 9 a 21 hs.

Seminarios de Autor: Escena Creativa 3

Programa de Capacitación y Actualización
en Teatro y Espectáculo

Seminarios de Autor
EN TEATRO Y ESPECTÁCULO



Los Seminarios de Autor Escena Creativa fueron creados en marzo del 2005 con motivo de la apertura de las nuevas Licenciaturas de Dirección Teatral y Diseño de Espectáculos que se dictan en la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Los seminarios conforman un espacio académico original destinado a acercar a los realizadores actuales con los jóvenes que se están formando en el ámbito del espectáculo. Son actividades gratuitas dirigidas a estudiantes, artistas, técnicos y profesionales del teatro, el espectáculo, el arte y la cultura.



Luis Agustoni Gonzalo Córdova Emilio García Wehbi Gerardo Hochman

Durante los ciclos Escena Creativa 1 y 2 realizados durante 2005 han disertado con los estudiantes Javier Daulte, Ricky Pashkus, Mauricio Wainrot, Alicia Zanca, Héctor Calmet, Hugo Midón, Carlos Palacios, Rubén Szuchmacher, Luciano Suardi, Oriá Puppo, Beatriz Di Benedetto y Alfredo Alcón, entre otros. En Escena Creativa 3, que se desarrolló durante abril, mayo y junio 2006, con la presencia de Laura Yusem, Luis Agustoni, Roberto Traferri, Gonzalo Córdova, Eli Sirlin, Gerardo Hochman, Emilio García Wehbi y Gustavo Schraier.

Laura Yusem en su Seminario La estética en relación al modelo de producción abordó el problema de las formas de circulación de los espectáculos teatrales en los circuitos oficial, comercial y off y cómo los artistas deben adecuar sus lenguajes, su tiempo, su espacio y su estética al circuito en el cual se insertan sus producciones artísticas. Se indagó sobre los caminos que recorren los proyectos teatrales para transformarse en espectáculos de acuerdo al modelo de producción en el que se insertan.

Por su parte, **Luis Agustoni**, en su Seminario el teatro como una experiencia abierta analizó cómo se desarrolla el trabajo de quien no está singularizado en un rol fijo, ya sea autor, actor o director y concibe el teatro como una experiencia más abierta y libre que integra todas las actividades.

Escena Creativa 3 indagó también sobre el vasto campo de la iluminación teatral convocando a tres iluminadores de amplio prestigio en la actualidad para realizar el Seminario Iluminación Teatral. Distintos enfoques. **Roberto Traferri, Gonzalo Córdova** y **Eli Sirlin** reflexionaron sobre los aspectos con-

ceptuales, las herramientas de la luz y el rol del iluminador en una puesta en escena.

Gerardo Hochman en su seminario La poética del cuerpo en movimiento. Una aproximación al circo como lenguaje, trabajó sobre la especificidad del circo pero no como un ente aislado sino en diálogo con otras disciplinas como la danza y el teatro. Transitó los posibles recorridos para la creación de un espectáculo de circo, la importancia de la experimentación y el entrenamiento en la búsqueda de una poética del cuerpo en movimiento.

Por su parte, **Emilio García Wehbi** dictó el seminario Teatro, performance, instalaciones teatrales e intervenciones urbanas. Similitudes y diferencias, donde abordó el tema de la apertura del hecho teatral hacia nuevos espacios, la hibridación que esto provoca, la búsqueda de posibilidades expresivas y la exploración de recursos de otros campos del arte. Finalmente **Gustavo Schraier** presentó Gestión de Proyectos Escénicos en donde abordó la producción escénica como un proceso complejo y colectivo donde confluyen ciertas prácticas artísticas, técnicas, administrativas y de gestión llevadas a cabo por un conjunto de individuos de manera organizada. Brindó un panorama de las diversas herramientas de gestión y producción ejecutiva que pueden colaborar en este proceso creativo para transformar el proyecto en un espectáculo.

Durante el segundo cuatrimestre ya comprometieron su presencia Betty Gambartes, Norberto Laino, Mini Zuccheri, Vivi Tellas y Lorenzo Quinteros.

Coordinación académica: Héctor Calmet y Andrea Pontoriero



Gustavo Schraier Eli Sirlin Roberto Traferri Laura Yusem

Ver el programa de Escena Creativa 4 en página 7

Fragmentos en Escena

La Universidad de Palermo en el Regio



Muestra de [fragmentos] de obras de teatro dirigidas por los estudiantes de las carreras de Diseño de Espectáculos (Escenografía y Vestuario) y Dirección Teatral en el Teatro Regio dependiente del Complejo Teatral de Buenos Aires.

6 de septiembre a partir de las 11 hs.

La Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo se caracteriza por acercar a los estudiantes a situaciones de práctica profesional concretas desde las primeras instancias del aprendizaje. Consecuentemente con esta idea y con el fin de incursionar en las problemáticas del ámbito escénico, experimentar desde el ejercicio específico del quehacer artístico y otorgar herramientas que preparen a los futuros profesionales en los dispositivos escénicos de un teatro oficial se presentará Fragmentos Teatro, una muestra de los trabajos prácticos finales de las asignaturas Dirección I (Kogan, 2006), Dirección II (Kogan, 2005) y Taller de Dirección II (Drut, 2005) para ser expuestos el próximo 6 de setiembre en el Teatro Regio perteneciente al Complejo Teatral de Buenos Aires, bajo la coordinación esceno-técnica de Héctor Calmet.



Directora: Ximena Gutierrez Muñoz



Directora: A. Moral Sosa



Directora: Nicole Straube

La muestra incluirá los siguientes títulos:

- **La Autopsia** (Enrique Buenaventura)
Dirección: Emilce Puyada
- **Uno nunca sabe** (Roberto Fontanarrosa)
Dirección: Florencia A. Suárez
- **Háblame como la lluvia, y déjame escuchar** (Tennessee Williams)
Dirección: Rafael Zea, Belén Sánchez Noya, Ximena Gutiérrez Muñoz
- **Noche** (Harold Pinter)
Dirección: Nicole Straube, Pablo Calmet
- **Edith Piaf** (Patricia Zangaro)
Dirección: Amaranta Moral Sosa
- **La otra** (Javier Daulte)
Dirección: Emilia Escaris Pazos
- **Fragmento de Teatro I** (Samuel Beckett)
Dirección: Natalia Pezzi
- **El Solicitante** (Harold Pinter)
Dirección: Ángela Aguirre, Mónica Cerame
- **Acto sin palabras** (Samuel Beckett)
Dirección: Adriana Cuellar
- **En alta mar** (de Slawomir Mrozek, versión de Oscar Fessler). Dirección: Lucrecia Brero



Directora: Adriana

- **La mujer judía** (Bertold Brecht). Dirección: Julieta Fernández y Maia Bolotnicoff
- **Transformaciones** (Valeria Llana). Dirección: Valeria Llana
- **El caso de las petunias pisoteadas** (Tennessee Williams)
Dirección: Alejandra Gargiulo

Entrada libre y gratuita. Retirar la entrada en Marketing: Mario Bravo 1050, 1° piso.

CICLO AGENDA GLOBAL • ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA UP

Embajada de Panamá

Hotelería, Turismo y Comercio
24 de agosto, 10 hs.

Jean Jaurés 932. Libre y gratuito



Inscripción: 5199 4500 internos 1502, 1514, 1530 - orientacion@palermo.edu

FE DE ERRATAS: En la edición N° 85 en la página 6 del DC julio se omitieron las imágenes de los siguientes profesores. Aquí, las imágenes de ellos.



Manuela López Anaya Fernando López Bizcaino Claudia López Neglia Andrea López



“No importa cuan rápido hagas las cosas, hacerlas paso a paso es lo importante”

Nancy Duplaá en DC-UP

Lino Patalano, Diego Peretti, Gastón Pauls y Nancy Duplaá dialogaron con estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación durante marzo y abril 2006. En estas páginas se incluyen fragmentos de las crónicas de las presentaciones escritas por estudiantes de la Facultad que cursaron la asignatura Diseño de Espectáculos con la coordinación de los profesores Claudia Kricun y Dardo Dozo.

“Todo lo que sueño, al otro día lo hago”

Lino Patalano en DC UP el 27 de marzo

Sus juegos de la infancia ya estaban relacionados con el teatro, el jugaba a ser Santo o pastor. “El teatro es un juego”. Siempre supo que quería ser productor y no actor. “El productor tiene que tener ganas de producir, ser actor es un don”.

Nos cuenta que todo lo que sueña lo cumple, a veces le va bien y otras no, pero es parte del juego que está dispuesto a jugar. El dice: “Uno no pierde nada al intentarlo, se gana experiencia”.

En sus obras los directores tienen “piedra libre” para hacer lo que quieran el sólo obedece.

Contándonos de los premios recibidos el mejor que tiene es el de hacer lo que a él le gusta, tener los amigos que tiene y decidir lo que él quiere hacer. Todo lo demás son distinciones y menciones.

Con respecto a sus virtudes él nos dice que es un cabeza dura y que va para adelante sea cual sea la situación.

Hablándonos de sus pensamientos nos dice: “Que lo único jodido es perder la vida y cuando se tiene una cierta edad es bueno”, no cree en la muerte y no le tiene miedo, dice que la gente sólo cambia de estado al morir y que el problema es cuando uno se olvida de esa gente. Además cree en las fiestas y no en los velorios, ama las fiestas.

Nos recomienda que la exigencia da por resultado un buen producto y hay que ser exigentes con uno mismo, que los jóvenes al tener un camino mas largo cuando tengamos algún inconveniente que lo afrontemos y no le tengamos miedo, tenemos que encontrar la solución al problema sin faltarle el respeto a la gente. “De la peor tragedia hay que reírse.”

Trabajó en el teatro Regina el cual solía recorrer cuando estaba vacío: “Las salas se impregnan con las almas de los espectadores y artistas.”

Sus cábalas son muchas, pero dice que son sólo inventos para que las personas se sientan bien y tranquilas.

Terminando la entrevista Lino Patalano dice que lo único que quiere es hacer divertir a la gente, que todas las obras son espectáculo; desde una obra en el teatro San Martín hasta una de Nito Artaza y haber trabajado con Nini Marshall fue una de sus grandes satisfacciones.



Lino Patalano en Diseño y Comunicación

Faltando unos minutos para recibir a Lino Patalano, estábamos llenos de expectativas ya que en esta oportunidad no esperábamos a un actor, sino que una persona que ve la actuación con una perspectiva diferente, nada más y nada menos que desde la dirección y producción, destacando predilección por la última.

Lino nace en Italia en 1946. Hablando de los juegos de su infancia, Lino nos contó que todo lo que él realizaba estaba relacionado con el teatro, sin embargo fue en 5º grado la primera vez que subió a un escenario, experiencia que no le resultó muy agradable, “...” se sentía más cómodo detrás de todo.”

En la escuela siempre era el que organizaba los festejos y la primera vez que actuó fue desastroso y que no le salía la voz. Luego de varios intentos, a los 19 años le propusieron hacer una obra en la cual no pudo actuar.

Logró captar toda nuestra atención ya que comenzó a hablarnos de Julio Boca, y con incontables anécdotas que hacían al trato cotidiano y al crecimiento profesional. “Todo lo que sueño a el otro día lo hago.”

Cuando comenzó el momento en el cual los alumnos podíamos acercarnos, mostró total predisposición y franqueza para respondernos y su postura era suelta, nos daba total confianza sin marcar ninguna diferencia.

Nos hizo notar, que si bien su carrera profesional lo llenó de satisfacciones, el premio más importante que había recibido eran sus amigos y poder hacer permanentemente lo que le gusta.

Si hay algo que es válido resaltar en esta entrevista, es que continuamente nos dejaba un sin fin de frases de su vida, que hacían a la vida de todos y nos permitía generar una pequeña reflexión y nos traía con el nuevamente a la entrevista.

El cree fehacientemente que la cultura es un motor de cambio en la actualidad.

La entrevista comenzó con una breve referencia acerca del día internacional del Teatro, ya que ésta transcurrió el día 27 de marzo, en el auditorio de la Universidad de Palermo.

Cuando vino a la Argentina, a Lanús Oeste, armó su primera obra de teatro con tachos de aceite y telón de arpillerá.

Se le preguntó acerca de los atributos del productor, su primera respuesta fue: “Yo fui productor porque tuve ganas, buenos

maestros e inquietudes.” “En la vida mientras uno esté vivo tiene que hacer todo hasta el último aliento.”

A nuestras preguntas: ¿Cuál fue su mejor premio? “Mi premio más importante es hacer lo que me gusta, mis amigos y el poder de discernir.”

“Yo no creo en la muerte, sino en un cambio de estado, el problema es cuando uno se olvida de la gente.” Respecto a unas de sus últimas grandes satisfacciones dijo que fue cuando se estrenó Nini. Y casi terminando la entrevista nos dijo: “Hay que saber hasta



Diego Peretti en Diseño y Comunicación

dónde se quiere ir y hay que medir hasta dónde se puede llegar.”

(Texto de los estudiantes Romina Ruiz, Jimena Ocampo, Maite Salazar, Eslao Mallorga. Grupo: Tihuanaco)

“El actor es un ser frágil”

Diego Peretti en DC UP el 3 de abril

Diego nació en un mundo de fantasía, donde crear personajes y situaciones en su imaginación era muy común, esto se ve reflejado en uno de sus primeros juegos de la infancia, en el cual se ponía en el papel de un corredor de fórmula uno y con un plato en sus manos corría una carrera de autos profesionales.

La psiquiatría le ayudó en su carrera de actor, puesto que para interpretar un personaje, previamente determina su conflicto esencial, y lo compara consigo mismo. Si le da ganas, y en cierto sentido se siente identificado, lo hace. Piensa fuertemente que en los personajes. Siempre hay algo interesante que aprender, y cuando no dejan huella, los disfruta, porque son interesantes de interpretar. Para Diego el personaje más difícil de interpretar es el que no ha hecho todavía. Una vez que termina su actuación, después de haber recibido buenas o malas críticas, le gusta disfrutar de un momento de soledad, tener un momento de catarsis personal en la que saca conclusiones y disfruta el momento de estar consigo mismo.

“El actor es un ser frágil”, piensa Diego, ya que depende de la mirada del otro, puede alagarte y hacerte sentir bien, como puede decirte que no valés nada, y esa sensación es muy difícil de esquivar.

En general, Diego es una persona que disfruta de sí mismo, que pone mucha atención a los detalles, un profesional perfeccionista que

no hace algo, si no lo siente primero con el corazón.

(Texto de los estudiantes Victoria Mc Isch, Juan Manuel Giordano, C. Felipe Pérez-Anda, Gabriel Ribadeneira)

Habla del teatro como una linda profesión, pero reconoce que está llena de ruidos, y estos se ven tanto cuando a uno le va bien como cuando le va mal. Dejando en claro que cuando a uno le va bien tiene más propuestas de trabajo. Le molestan los estrenos, porque considera que los nervios le pueden jugar en contra, y allí hay un montón de ingredientes que acrecientan ese nerviosismo, como los parientes, sus colegas y, sobretodo, la crítica. No es un proyecto de vida el enseñar teatro, considera que la persona que lo hace es por vocación.

(Aloe, Avellán, Paz, Salmoiraghi, Sivieri)

“El teatro se completa con el espectador a diferencia de la televisión”.

Llegó Diego al auditorio, miró rápidamente a todos los alumnos dentro de la sala, y pasó adelante con una gran sonrisa, ansioso por ver de qué se trataba esta entrevista.

Diego desde un principio quiso dejar en claro que es un hombre que disfruta de la soledad, pero no como un egoísmo interno, si no que disfruta mucho de los momentos con el mismo, para reflexionar, y pensar sobre las cosas que hizo y las que no hizo. Esto muestra la personalidad tranquila y pacífica que tiene, y también el porqué de sus profesiones.

Diego dijo “Ya en la primaria me preguntaban que quería ser cuando sea grande y yo decía médico porque los dejaba contentos con esa respuesta, y después no pude desdecirme. Después empecé a estudiar algo que si me gustaba y me metí a clases de actuación. Estudiaba las dos carreras paralelamente: medicina y actuación.”

Nos contó que el contenido de estas dos diferentes carreras tienen un factor en común que el pudo encontrar: “Veo primero cuál es el conflicto esencial de la obra y del personaje y si se toca conmigo, y después si tengo ganas de hablar de eso. Nunca fui actor sin ser psiquiatra, me baso en Stanislavski, la psiquiatría me ayuda a ordenar y entender al personaje.”

¿Qué podes decirnos de Los Simuladores? “Los simuladores están hechos con amor. Me junté con un guionista y sacamos la historia de unos hombres que se ocupan a resolver problemas a la gente. Aprendimos que era un programa que llevaba mucho tiempo para realizarse, y nos ganaba el aire, no llegábamos, y tuvimos que dejar de hacerlo.”

¿Cuáles son tus defectos y virtudes? “Mi virtud la nariz (hizo reír al público con esta respuesta), que soy bueno, personal y



Gastón Pauls en Diseño y Comunicación

profesional, tengo vergüenza por hacer las cosas bien y todavía tengo voluntad para hacerlo, y un defecto es que soy muy cabeza dura y obsesivo y eso me quita tiempo con mi hija."

¿Alguna palabra o frase que te guste?
"Encuentro algo muy aplicativo en decir "no", te ahorra problemas..."

¿Qué haces en tu tiempo libre?
"Deportes, pienso, familia, leo la historia negra de la Argentina."

Finalizó la entrevista y Diego, con una gran sonrisa y un aplauso, se despidió de todos nosotros y nos agradeció muchísimo por esta encantadora entrevista que nos ayudó a conocerlo más de cerca y ver cuan distintos son sus personajes.

(Texto de los estudiantes Romina Ruiz, Jimena Ocampo, Maite Salazar, Eslao Mallorga. Grupo: Tihuanaco)

"Enseñar a mirar la vida y al otro"

Gastón Pauls en DC UP el 10 de abril

El relaciona el juego con su hermano Nicolás, el jugar es hermandad. También jugaba al fútbol, por las noches recuerda que inventaba que era una máquina que concedía los deseos del hermano.

Ve la actuación como un juego, ya que hay que hacer creer todo lo que se hace. El actor debe ser la persona más honesta del mundo, para entrar en la vida de ese personaje designado, y así hacer creer la ficción. Ficción es distinto de mentira.

El recuerdo de su escuela primaria son las maestras que tuvo Mabel y Blanca, son las que sabían lo que es realmente la educación. Me enseñaron a mirar ciertas cosas de la vida de otra manera. "Enseñar a mirar la vida y al otro", esta fue la frase con la que definió la enseñanza que le dieron sus dos maestras.

Una de las preguntas fue: ¿Cómo hacía para calmar el dolor que siente cuando se relaciona con toda esa gente, con todas esas historias tan fuertes? El nos respondió que para aguantar todo eso lo que hace es llorar con ellos y hacer algo por ellos, eso alivia un poco todo ese dolor. También nos contó una anécdota. Cuando viajó a Mendoza para convivir con unos chicos desnutridos que no tenían nada. Cuando se fue de este lugar, todos los chicos lo llamaron y cada uno le dio a Gastón su único juguete, todos estallaron en llanto.

En la película Nueve reinas se divirtió mucho por todo lo que tuvo que pasar para llegar al final del rodaje, ya que se lastimó por una caída que tuvo cuando tenían que correr en un toma con Darín. Pensó que no iba a tener tanto éxito.

El éxito para él tiene que ver con el respeto de lo que uno hace o dice. Tiene que ver con poder decir la realidad de una historia, con poder expresar todo para que lo que se quiera decir llegue de la misma forma que uno lo piensa. Que esas personas vengan a agradecer, eso es el éxito para Gastón Pauls.

Al elegir entre el teatro, la tv y el cine no supo qué es lo mejor. En los tres pudo hacer cosas muy buenas. Pero nos dijo que el teatro es el lugar más sagrado del actor, es donde se demuestra más energía. Una virtud es ser constante, le gusta mirar y escuchar a las

personas. Su debilidad es la timidez, fue muy fuerte para él pelear contra eso hace unos años atrás. Después de pasar por el teatro todo cambió y vio todo de otra forma.

Una frase que elige para identificarse: "Tener noción de lo que es la libertad." Lo más importante, sus padres que lo supieron entender, enseñar y apoyar en todo, hermanos, amigos de años que en algunos momentos lo supieron ubicar cuando se creyó llegado a lo más alto, en algún momento. Fue un agrado poder compartir ese momento, se aprendió mucho a ver como está la realidad y por las cosas que hay que seguir luchando, para que cambien. (Texto de los estudiantes Romina Ruiz, Jimena Ocampo, Maite Salazar, Eslao Mallorga. Grupo: Tihuanaco)

Gastón Pauls nació el 17 de enero de 1972 en Buenos Aires, su padre es Axel Harding, un conocido productor de cine, y su madre, María Guerrero, dibujante y productora. Gracias a la profesión de sus padres se vio muy influenciado por el Arte desde muy pequeño y les agradece a estos que en su casa siempre había música. De su infancia también recuerda a dos maestras de la escuela primaria Mabel y Blanca, que le dejaron de aprendizaje que la educación es más que dos más dos, que es enseñar a mirar la vida y que ambas maestras sabían mirarlo y le enseñaron a mirar.

Al terminar el colegio secundario Gastón comenzó a tomar clases de teatro con Gandolfo. Recuerda a este profesor como "un viejo sabio", que le enseñó mucho y que le hizo descubrir que había un mundo maravilloso para contar. Todo lo que aprendió con Gandolfo no sólo lo utiliza cuando actúa en ficción sino que también lo implementa en su vida personal.

Iluminado por el fuego es la película que más lo conmovió, no sólo por la historia de la Guerra de Malvinas sino por ir a las Islas a filmar, ya que "Malvinas es un lugar que late, y donde el suelo habla." Para la creación del personaje estuvo acompañado por Edgardo Esteban la verdadera persona que Gastón interpreta en el film y también se apoyó en la mirada y en las charlas que tuvo con varios ex combatientes. En esta película, que también tiene un gran reconocimiento mundial, Gastón encuentra el éxito en el respeto en como trataron el tema, en el poder decir a través de una película la verdad y en el agradecimiento del público, y en particular, el agradecimiento de los ex combatientes que se vieron reflejados en la película.

Gracias a Ser Urbano, que actuó como disparador, Gastón armó su Fundación La casa de la cultura de la calle para ayudar a los niños de la calle y así poder darles un espacio para que puedan desarrollar su parte creativa y puedan volver a sonreír. Actualmente sigue enfrentándose a esta realidad en su programa Humanos en el camino. Por el momento su compañero más fiel que lo acompaña a todos lados es su perro Ulises y las opiniones que le importan son sólo la de sus padres, su hermano y sus amigos de la infancia.

Durante toda la charla no sólo vimos un actor consagrado, sino también una persona humilde y sencilla que cree en la capacidad

sanadora del Arte para poder ayudar a quienes lo necesitan.

(Texto de los estudiantes Mariano Troisse, Juan Pablo Bondi, Mariano Torres y Rodrigo Pantuso. Grupo XP)

"Sos actor con los años"

Nancy Duplaá en DC UP el 24 de abril

Desde el comienzo de la entrevista reconoce que su gran problema es la timidez, el hecho de haber tenido un éxito profesional y ser reconocida públicamente le marca un gran contraste en su vida. Por un lado la intención de tener una vida privada, por el otro, una carrera que implica una exposición permanente frente a la prensa y la sociedad. En cuanto a la prensa, aprendió a hacer política: "Está todo bien, siempre."

El actor cumple un rol estratégico, todo lo que dice o hace le llega a la gente de alguna manera... y también reconoce que en el medio hay mucha mentira. Ahora con el paso del tiempo los actores fueron perdiendo poder, por así decirlo, antes tomaban una posición más política.

(Texto de los estudiantes Romina Ruiz, Jimena Ocampo, Maite Salazar, Eslao Mallorga. Grupo: Tihuanaco)

Lo que nos llamó la atención de Nancy es que en la entrevista comentaba que en algún momento no muy lejano se va a cansar de su actual profesión y con seguridad va a dejar todo. Uno siempre se imagina que la gente que está en el medio o tiene alguna carrera similar,



Nancy Duplaá en Diseño y Comunicación

está muy conforme con la vida, no le falta nada y seguirá creciendo en su profesión, pero la realidad es otra. De todas formas, Nancy reconoce que no le falta nada y que la vida y su carrera le han dado todo lo que hoy tiene. Nos pareció muy interesante que tenga la visión de la vida que tiene. Nancy cree que la familia es mucho más importante que el trabajo diario o la profesión de un individuo. Es muy sensible, emotiva y humana.

"Con mi esposo tenemos una vida muy intensa, muy rica, hablamos del trabajo, tenemos una vida muy linda."

"Abordar un personaje es muy personal. Yo soy sensitiva y en las tiras no hay tiempo. Venimos haciendo 25 escenas por día... entonces preparás bien 3 ó 4 y las demás van saliendo a las patadas."

"Soy muy dispersa para trabajar. Me hablan y me voy... me tomo un mate, etc. Por eso con Mujeres Asesinas traté de concentrarme mucho... y cuando enganche soy muy concentrada."

"Si a nuestro Cine no lo apoyamos nosotros ¿quién lo va a apoyar?"

"Tuve que aprender a comportarme porque tengo papás grandes que lloran e hijos que también ya empiezan a entender."

Consejo a un joven que está por empezar actuación: "Hay muchos con ganas de hacer esto porque creo que hay más incentivo a lo artístico y espiritual. Yo les aconsejo que si es puro el deseo que arranquen con el teatro. No sos actor porque te recibis, sos actor con los años".

"Todo lo que vos decís y hacés le llega a la gente, así que está bueno ponerse una bandera. Las cosas hay que hacerlas de corazón."

"No importa cuan rápido hagas las cosas, hacerlas paso a paso es lo importante." (Texto de los estudiantes Marina Levy Mayo, Dolores San Juan, Carla Mellini, Eduardo Andrade, Roy Kalbermatter)

Cuando recuerda su infancia dice que ella era una nena súper tímida y que padecía de jaqueca. Nancy comenzó a socializarse cuando sus padres decidieron enviarla a un club y recuerda que sus juegos eran solitarios como jugar a las muñecas o dibujar. Se podía pasar horas haciéndolo o hacer mucho deporte al aire libre. Nancy nos cuenta que desde que dejó de estudiar salió a trabajar ya que ese era el modelo que le habían inculcado sus padres. Además cursó la carrera de Diseño Gráfico en la Universidad de Buenos Aires hasta segundo año, la elección de esta carrera fue porque a ella le gusta dibujar. Después empezó la carrera de Asistente Materno Infantil por un año, pero dejó e inició sus clases de teatro. Cuando recuerda Montaña Rusa, Nancy dice que era el trabajo ideal, estaba todo el día con amigos, realizaban viajes, ganaba plata y encima le abrió las puertas en el medio. Pero esto también le trajo aparejado la fama. Para ella es raro ser famosa, "la fama me saca un costado esquizofrénico, ganás mucho porque está bueno que te reconozcan." Le encanta que le regalen ropa, que no le cobren la peluquería u otras cosas, pero a su vez perdés mucho, más en su caso que como su marido Pablo Echarri también es un actor muy

reconocido, tienen que llevar una vida más "de puerta hacia dentro" y pierden un poco de libertad para moverse tranquilamente por la calle. A la hora de manejarse con la prensa del espectáculo es muy política pero hay cosas que no negocia con ellos. Y las únicas opiniones que escucha son las de su esposo y las del director del proyecto. Nancy ganó un Martín Fierro como mejor actriz de novela por 099 Central. Ella dice que ya entendió los premios y que es todo un show, que hay muchos actores que se los merecen y que nunca los van a premiar.

Para terminar la charla Nancy dijo que: "Cuando no me de más placer actuar lo voy a dejar y creo que ese momento va a llegar", además cuando le pidieron que diga unas palabras para ella, Nancy dijo: "Me diría que me quede más tranquila con el alrededor que todo lo que elegí está y viene por buen rumbo." Durante toda la charla vimos una actriz consagrada que no perdió su sencillez, su calidez y sobre todo su sentido del humor. (Texto de los estudiantes Mariano Troisse, Juan Pablo Bondi, Mariano Torres y Rodrigo Pantuso. Grupo XP)

Adriana Varela, Ricky Pashkus, Oscar Martínez, entre otros, estarán presentes en el segundo Ciclo de Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo. Las entrevistas serán los días lunales a las 15 hs. en el Auditorio UP. Adriana Varela: **4/9, 15 hs.**

Inscripción:
51994500 int. 1502, 1514, 1530
consultad@palermo.edu.
Libre y gratuito.



Nuevas Materias Electivas

Segundo cuatrimestre 2006

Las materias que se detallan a continuación tienen valor como asignatura electiva para los estudiantes de todas las carreras de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Estas materias también pueden ser cursadas como extensión, es decir sin validez como asignatura electiva, por todos los estudiantes y egresados de la Universidad de Palermo. El cupo es limitado. Todas estas asignaturas electivas tienen duración cuatrimestral. Los interesados deben dirigirse a la Coordinación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo donde podrán inscribirse.

▶ GEOMETRALES POR COMPUTADOR

(Solo para Diseño de Modas)
Producción de Indumentaria 1 (Cod. 021678)
Producción de Indumentaria 2 (Cod. 022366)

Estas asignaturas plantean trabajar con los estudiantes el conocimiento y dominio de las herramientas informáticas para la realización de geometrías para diseño de indumentaria. Se cursan en los laboratorios de computación.

Nivel 1: **Martes 14 hs.** (Prof. F. Caetano)
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 1617>
Nivel 1: **Jueves 19 hs.** (Prof. María Graciotti)
Comienzo: 24 de agosto <OFERTA 1618>
Nivel 2: **Miércoles 14 hs.** (Prof. G. Feldman)
Comienzo: 23 de agosto <OFERTA 1619>

▶ TALLER DE CONFECCION

(Solo para Diseño de Modas)
Taller de Confección 1 (Cod. 022520)
Taller de Confección 2 (Cod. 022521)

Este taller está dirigido a los estudiantes interesados en la producción de prendas de indumentaria. Avanzan en el conocimiento de procesos y la utilización de máquinas de coser y herramientas de modelado. El alumno aprende a producir los prototipos de sus diseños. Está abierto para los alumnos de los distintos niveles de la carrera Diseño Textil y de Indumentaria.

Nivel 1: **Martes 8 hs.** (Prof. S. Choi).
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 1735>
Nivel 1: **Jueves 8 hs.** (Prof. M. Muller).
Comienzo: 24 de agosto <OFERTA 1736>
Nivel 2: **Lunes 8 hs.** (Prof. M. Fernandez).
Comienzo: 21 de agosto <OFERTA 1737>

▶ TALLER DE SERIGRAFIA

(Solo para Diseño de Modas)
Serigrafía I (Cod. 023042)

Esta asignatura tiene como finalidad introducir al estudiante en la técnica de impresión conocida como serigrafía, con esto se aportará un nuevo método utilizado para reproducir originales o dibujos. Los objetivos de este taller son: brindar una nueva forma de expresión plástica a través de la técnica serigráfica.

Viernes 11.30 hs. (Prof. Alfredo Larrosa).
Comienzo: 25 de agosto <OFERTA 1714>
Viernes 16 hs. (Prof. Mara Badenes).
Comienzo: 25 de agosto <OFERTA 1715>

▶ DISEÑO DE LENCERIA

(Solo para Diseño de Modas)
Tecnología Textil II (021665)

Esta asignatura guía al alumno en el diseño y confección de lencería.

Martes 18.45 hs. (Prof. M. Schenone).
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 1402>

▶ DISEÑO DE CALZADOS

(Solo para Diseño de Modas)
Tecnología Textil I (021659)

Esta asignatura guía al alumno en el diseño y confección de calzado.

Grupo 1: **Jueves 8 hs.** (Prof. Ramos).
Comienzo: 24 de agosto <OFERTA 1426>
Grupo 2: **Martes 8 hs.** (Prof. L. Bizcaino).
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 1427>

▶ HISTORIA DE LA MODA

(Solo para Diseño de Modas). Nuevas Tecnologías de Comunicación (Cod. 020483)

En esta asignatura los alumnos analizarán la historia de la moda desde la Antigüedad hasta el siglo XXI; analizando en profundidad cómo desde el siglo pasado y hasta la actualidad algunos artistas se han acercado a la Moda como testigos inestables y como creadores ocasionales, así como las notables influencias que las diferentes vanguardias artísticas e intelectuales han ejercido en aquellos diseñadores que han sentido la vocación de crear trajes cercanos al concepto de la obra de arte.

Miércoles 14 hs. (Prof. Claudio Martínez)
Comienzo: 23 de agosto <OFERTA 2721>

▶ INTRODUCCION AL DISEÑO ESTRATEGICO

(Para alumnos avanzados de Diseño Gráfico)
Diseño y Tecnología II (Cod. 022135)

Esta asignatura está orientada a los alumnos de 4º año de la carrera de Diseño Gráfico y tratará sobre la publicidad y el diseño como elementos conductores hacia el objetivo comercial, análisis de competencia, la marca y su valor de mercado, entre otros temas.

Jueves 19 hs. (Prof. Adrian Pierini)
Comienzo: 24 de agosto <OFERTA 2716>

▶ INTERVENCION EN EL ESPACIO URBANO

Diseño y Tecnología II (Cod. 022135)

La propuesta de esta asignatura electiva consiste en abordar las técnicas específicas de la comunicación e intervención urbana, y en espacios generosos. El planteo es proyectar y desarrollar piezas de diseño que dialoguen a escala urbana con la producción icónica de la ciudad. Si bien es una asignatura de interés general, se piensa que es de real importancia para los estudiantes interesados en una experiencia de creatividad de intervención en la estructura urbana.

Cátedra Experimental: **Martes 8 hs.** (Prof. S. Crosa).
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 1532>

▶ TALLER DE PROTOTIPOS Y MAQUETAS

(Solo para Industrial e Interiores. Demás carreras consultar)

Maquetas y Prototipos - Nivel 1 (023040) - Nivel 2 (023041) - ambos niveles cursan juntos -

El Taller de Maquetas es el espacio en el que los estudiantes de Diseño pueden realizar sus maquetas tridimensionales. Las clases son en el taller de Diseño Industrial de la Facultad de Diseño.

Nivel 1+2: **Jueves 19 hs.** (Prof. Martín D'Urbano).
Comienzo: 24 de agosto <OFERTA nivel 1: 1561 y 2: 1562>

▶ INICIATIVA PROYECTUAL PARA DISEÑADOR INDUSTRIAL

Diseño de Prod. y Tec. I (Cod. 022158)

Cátedra de Autor: **Viernes 8 hs.** (Prof. A. Sarmiento).
Comienzo: 8 de setiembre <OFERTA 2717>

▶ SHAPING - MOLDERIA SOBRE EL CUERPO

Diseño de Portfollio (Cod. 022512)

Taller de construcción de moldería directamente realizada sobre el cuerpo real o maniquí. Técnica adecuada a los rubros de diseño personalizados: alta costura, vestuario escénico y diseño de autor. Desarrollo de bases y transformaciones sobre el cuerpo, de faldas y vestidos de diseño propio.

Miércoles 14 hs. (Prof. Andrea Suarez)
Comienzo: 23 de agosto <OFERTA 2715>

Inscripción: Coordinación de la Facultad de Diseño y Comunicación UP, Mario Bravo 1050, 5º piso

▶ INTRODUCCION AL DISEÑO DE ESPECTACULOS

Teatro y Espectáculo - Nivel I (023049) / Nivel 2 (023050) - ambos niveles cursan juntos -

Dentro del Programa de Capacitación e Investigación denominado "Diseño y Comunicación en las Artes del Espectáculo", creado a partir de la firma de un Convenio de Cooperación Académica entre la Universidad de Palermo y el Complejo Teatral de la Ciudad de Buenos Aires, se ha implementado la asignatura denominada Introducción al Diseño de Espectáculos I y II. Cada clase estará presente una prestigiosa figura del ámbito del espectáculo (actores, directores, productores, escritores, escenógrafos, vestuaristas, etc.) para desarrollar en profundidad los contenidos de la materia. La asignatura está a cargo de los prof. Claudia Kricun y Dardo Dozo.

Nivel 1+2: **Lunes 14 hs. Comienzo: 21 de agosto** <OFERTA nivel 1: 1866 y 2: 1867>

▶ PROGRAMA DE ASISTENTES ACADEMICOS

Pedagogía del Diseño y la Comunicación 2 (Cod. 021627)

El Programa de Asistentes Académicos que se desarrolla en la Facultad desde hace diez años, bajo la coordinación de la profesora Victoria Bartolomé, se convierte en un programa de dos asignaturas electivas que puede ser cursado por todos los alumnos de la Facultad interesados en las cuestiones pedagógicas del Diseño y la Comunicación. Para aquellos que realicen el Programa y cumplan con los requisitos académicos de la cursada y el final, tendrá validez como asignatura electiva de su plan de estudios. Es importante señalar que este Programa sigue abierto para todos los alumnos y egresados que quieran realizarlo sin optar por su reconocimiento como asignatura electiva. Al culminar el programa, realizando las dos asignaturas, se otorga el certificado de Asistente Académico.

Martes 12 hs. (Prof. H. Bartolomé)
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 1597>

▶ PERIODICO DIGITAL

(Dirigido a alumnos avanzados de Diseño)
Computación Gráfica III (Cod. 023044)

La asignatura complementa los conocimientos fundamentales transmitidos en Diseño Editorial I, claro está, desde una mirada diferente, desde un soporte diferente: vivenciando y cuestionando el tratamiento que se le debe aplicar a un medio de información a través de Internet. Se plantea la función que Internet cumple dentro de los medios y los medios dentro de Internet. Como los usuarios actúan frente a una pantalla, sus dificultades, limitaciones, necesidades y experiencias ante una masa de información cada vez mayor.

Lunes 18.45 hs. (Prof. D. Montenegro).
Comienzo: 21 de agosto <OFERTA 2720>

▶ LABORATORIO EXPERIMENTAL DE DISEÑO TEXTIL EN PARALELO

Tecnología Textil II (Cod.021665)

La materia tenderá a investigar acerca de los materiales y técnicas textiles como recurso para el desarrollo de productos de diseño innovadores y competitivos en el mercado internacional. Tendrá como objetivos experimentar con las posibilidades estéticas y funcionales de diferentes materiales y técnicas constructivas utilizados para la producción textil.

Cátedra Experimental: **Martes 14 hs.**
(Prof. Gonzalez Elicabe).
Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 2754>

▶ MODELADO Y RENDERING DIGITAL (A)

Modelado y Rendering Digital (A) (Cod.022132)

Dirigido a estudiantes que necesiten avanzar en la utilización del software AutoCAD 3D como herramienta de modelo tridimensional y rendering en las diferentes ramas del diseño (de interiores, industrial, arquitectura, etc.). Se desarrollan a fondo todas las potencialidades 3D del software del diseño asistido más utilizado en todas las especialidades proyectuales. Esta materia de un cuatrimestre se organiza en dos módulos consecutivos de ocho clases cada uno. El módulo AutoCAD básico y el módulo Modelado Básico Tridimensional con AutoCAD.

Lunes 18.45 hs. (Prof. A. Tecchia)
Comienzo: 21 de agosto <OFERTA 2113>

▶ DIRECCION DE FOTOGRAFIA EN CINE Y VIDEO

Técnica de Fotografía I (Cod. 022052)

Viernes 14 hs. (Prof. Andrés Senderowicz)
Comienzo: 25 de agosto <OFERTA 2833>

▶ DESIGN INNOVATION

(Dirigido a alumnos avanzados de Diseño)
Diseño y Tecnología I (Cod. 022134)

El objetivo de la asignatura es el de explorar la idea de innovación como concepto guía en el diseño y el rol de la creatividad dentro de este contexto, desarrollando la capacidad de gerenciamiento de la imaginación. Incluye las diferencias entre la Brecha de Innovación (Innovation gap) y la posibilidad creciente de crear casi cualquier cosa. La creatividad será vista como la capacidad de responder ante una solicitud de manera estratégica y útil. Se trabajará utilizando "casos" como herramienta de aprendizaje.

Jueves 18 hs. (Prof. Pedro Reissig)
Comienzo: 24 de agosto <OFERTA 2718>

▶ EXPRESIONES TIPOGRAFICAS

Taller de Expresión II (Cod.022132)

El curso Expresiones Tipográficas pretende generar una aproximación hacia lo artístico, prevaleciendo la búsqueda de nuevas resoluciones gráficas, potenciando el uso del conocimiento tipográfico y morfológico adquirido y obteniendo analogías con estos nuevos lenguajes, vinculaciones que tomarán forma a partir de la producción de piezas en dos y tres dimensiones, bajo una modalidad de trabajo de taller de fuerte corte artístico plástico.

▶ CATEDRA EXPERIMENTAL

Viernes 18.45 hs. (Prof. Diego Pérez Lozano)
Comienzo: 25 de agosto <OFERTA 2719>

▶ PUBLICIDAD INTERACTIVA

Comunicación Interactiva I (Cod. 022425)

Lunes 8 hs. (Prof. Diego Antista)
Comienzo: 21 de agosto <OFERTA 2834>

▶ INTRODUCCION AL DISEÑO EDITORIAL

Taller IV - DG (Cod. 020223)

Martes 8 hs. (Prof. Silvia González)
Comienzo: 8 de agosto <OFERTA 2839>

Asignaturas Electivas con valor para el Ciclo de la Licenciatura en Diseño

(pueden ser cursadas por todos los alumnos a partir del 2º año de su carrera)

▶ HISTORIA DEL DISEÑO I (cod. 23260)

Esta asignatura, que puede tomarse como electiva, forma parte de la Licenciatura en Diseño. Prof. Gustavo Valdés

Miércoles 18.45 hs. Comienzo: 23 de agosto <OFERTA 2714>

▶ INV. Y DESARROLLO (Cod. 23258)

Esta asignatura, que puede tomarse como electiva, forma parte de la Licenciatura en Diseño. Prof. Eduardo Russo

Viernes 18.45 hs. Comienzo: 25 de agosto <OFERTA 1558>

▶ PROYECTO Y CRITICA I (Cod. 23257)

Esta asignatura, que puede tomarse como electiva, forma parte de la Licenciatura en Diseño. Prof. Sylvia Valdés.

Martes 18.45 hs. Comienzo: 22 de agosto <OFERTA 2713>

▶ GESTION EMPRESARIAL (cod. 23259)

Esta asignatura, que puede tomarse como electiva, forma parte de la Licenciatura en Diseño. Prof. Alfredo Lanziano

Lunes 18.45 hs. Comienzo: 21 de agosto <OFERTA 1501>

Programa de cooperación de la Facultad de Diseño y Comunicación con las producciones de los alumnos de tercero y cuarto año de las carreras audiovisuales

La Facultad de Diseño y Comunicación ha puesto en marcha este programa que tiene por objetivo colaborar con las producciones de los alumnos mediante la ayuda económica destinada a alquiler de equipos para los rodajes en locaciones externas a Palermo TV y/o el préstamo de los mismos de acuerdo a la disponibilidad del material propio, aplicado para las producciones que se concretan en Soler 3666.

Para alcanzar una mejor distribución de los recursos disponibles, se ha instituido un Concurso Interno de Proyectos de Creación y Producción de Cortos Metrajes, que permita evaluar y adjudicar las cooperaciones de acuerdo a un orden de méritos de tres niveles. Se adjudicarán tres cooperaciones por semestre académico que cubrirán en los tres casos una parte de las necesidades de equipamiento que requieren las producciones. La materialización de las cooperaciones estará medida en jornadas de videocámara mini DVD de 3CCD y equipo básico de luces, otorgando cuatro jornadas de ambos tipos de equipo para el primer nivel; dos jornadas de los mismos equipos para el segundo nivel y dos jornadas de equipo básico de luces solamente para el tercer nivel. Se ha redactado un reglamento con los requerimientos y operatoria del concurso que puede consultarse en: www.palermo.edu > Diseño y Comunicación > Estudiantes y Egresados > Info Alumnos.

Concurso interno de proyectos para la producción de cortos metraje

1. Se establece el presente concurso de proyectos audiovisuales para las producciones en video que los alumnos realizan en las asignaturas Taller de Creación V; Taller de Creación VI de la Carrera de Cine y TV y Diseño de Producción Audiovisual I y II de las Carreras de Diseño de Imagen y Sonido y Cine y TV. El concurso tiene como finalidad la cooperación parcial en la producción, mediante el préstamo y/o pago de alquiler de equipos a cargo de la Facultad de Diseño y Comunicación, para rodajes externos a Palermo TV.

2. Para participar de este concurso, los alumnos integrarán grupos de trabajo no menores a cuatro miembros ni mayores a seis. Deberán presentar:

2.1. El proyecto mediante una Carpeta Previa de Creación y Producción impresa (sin la presentación digital), de acuerdo a las Normas (G2), publicadas en el Sitio de la UP, en la página Info para alumnos - Normas de Presentación para el Área Audiovisual.
2.2. Carpeta curricular de los integrantes del grupo con mención de los videos realizados en los años anteriores para los trabajos finales, las notas obtenidas y distinciones logradas en concursos internos o externos.

3. Las carpetas podrán presentarse hasta el 20 de mayo para los proyectos del primer semestre académico y hasta el 20 de octubre para los proyectos del segundo semestre académico de cada año.

4. Los resultados de cada concurso se conocerán en la primera semana del mes siguiente a las fechas de presentación (junio y noviembre de cada año).

5. Se otorgarán las siguientes cooperaciones:

5.1. Primera Cooperación: Cuatro jornadas de cámara Mini DV de 3CCD. Cuatro Jornadas de equipo básico de iluminación.
5.2. Segunda Cooperación: Dos jornadas de cámara Mini DV de 3CCD. Dos Jornadas de equipo básico de iluminación.
5.3. Tercera Cooperación: Dos Jornadas de equipo básico de iluminación.

6. Los grupos adjudicatarios de las cooperaciones, deberán confirmar la aceptación de las mismas dentro de los cinco días hábiles a partir de la fecha de la comunicación de la cooperación otorgada. La efectivización de las cooperaciones obtenidas se llevará a cabo a partir de la fecha de la confirmación de la aceptación por parte de los adjudicatarios y durante los siguientes ciento veinte días corridos, pasados los cuales quedarán sin efecto la adjudicación.

7. En el caso de la adjudicación de jornadas de cámara, cada grupo adjudicatario deberá contratar externamente el servicio y presentar una factura confeccionada en los términos legales a nombre de la Fundación Universidad de Palermo, Mario Bravo 1050, CUIT 33-620144-9, por la cantidad de las jornadas adjudicadas en cada caso, de acuerdo al valor unitario reconocido por la Facultad de Diseño y Comunicación.

8. En el caso de la adjudicación de jornadas de equipo básico de luces, cada grupo de alumnos deberá hacer la reserva correspondiente en Palermo TV con la suficiente antelación. Si el rodaje se concretare en el interior del país o no hubiere disponibilidad en Palermo TV, se procederá con respecto al equipo básico de luces de la misma forma que con las jornadas de cámara: contratando externamente y presentando la facturación por el equipamiento de acuerdo a los valores reconocidos por la Facultad de Diseño y Comunicación.

9. Para el reconocimiento de los valores diarios de alquiler tanto para la videocámara como los equipos de iluminación, deberá presentarse un presupuesto conformado por la empresa de servicios contratada.

10. La solicitud de fechas para hacer efectiva la cooperación por equipo básico de luces adjudicada deberá ser hecha por escrito con diez días de anticipación, especificando la dirección de la locación, los horarios de rodaje y la nómina de los responsables de la producción.

11. Los alumnos se comprometerán a retirar y devolver los equipos en la sede de Palermo TV, Soler 3666, en los horarios que establezcan los responsables de este sector.

12. Los trabajos beneficiados por este

programa deberán incluir en sus créditos la siguiente leyenda: "Este trabajo fue producido con la colaboración del Programa de Cooperación con la Producción Audiovisual de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo".

13. Una copia en DVD del trabajo terminado, deberá entregarse en Soler 3666 con destino a la Videoteca, autorizando a la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, para la difusión del mismo.

14. Cualquier situación no prevista en la presente reglamentación, será resuelta por las autoridades de la Facultad de Diseño y Comunicación.

Primer Concurso Interno de Proyectos de Creación y Producción de Cortos Metrajes
Dentro del Programa de Cooperación de la Facultad de Diseño y Comunicación con las producciones de los estudiantes, se ha realizado el primer Concurso de Proyectos para determinar el nivel de cooperación que recibirán, obteniéndose el siguiente resultado:

El Primer Premio lo recibió el proyecto "Los ojos sorprendidos", documental a cargo del grupo Lima: audio-visual, integrado por los alumnos de cuarto año de la Carrera de Imagen y Sonido, Ana Lia Cascón; Javier Poles y Marité Sganga. El documental que se rodará en una escuela rural ubicada en Quililipi, provincia del Chaco, se propone investigar las reacciones de los chicos que nunca han estado en contacto con la televisión ni el cine, ante proyecciones de este tipo. Esta investigación se reflejará en la primera parte del video para mostrar en la segunda, la experimentación que el grupo realizador se propone abordar interactuando con esa realidad. En la tercer

parte se mostrarán las conclusiones tanto de los protagonistas (alumnos y maestros rurales) y las del propio grupo productor.

El Segundo Premio lo obtuvo "El Anillo", proyecto de los alumnos de Cine y TV: Agustina Jait; Mercedes Cánepa; Fabián Rodríguez y Jimena Etchevarría. La propuesta es realizar un corto metraje argumental basado en un fragmento del cuento "La señora Bixby y el saco del coronel" del autor inglés Roald Dahld. La historia relata una relación amorosa triangular, donde una de las partes intenta ocultar su engaño una vez rota su relación infiel, pero buscando conservar un objeto que recuerda esa relación para ella muy importante, pero que podría poner en evidencia la situación vivida. Por ello trata de blanquear el objeto ante su pareja mediante una nueva mentira, es entonces que surge una nueva situación sorpresiva.

El Tercer Premio fue adjudicado a "Afición", proyecto de los alumnos de los alumnos de Cine y TV, Alejo Verra, Gabriel Benítez, Christian Ramírez y Arturo Sagel. La propuesta se basa en el mismo cuento que "El Anillo" y conformaría la continuación de dicha historia. En la misma se plantea un intento de venganza por medio del asesinato ante la infidelidad descubierta pero los medios a los que se recurre coloca a los protagonistas ante nuevas sorpresas, encrucijadas y destinos diferentes.

Según los autores, estos proyectos una vez realizados podrán ser exhibidos conformando una sola obra dado que uno es la continuación del otro, pero teniendo también la posibilidad de ser mostrados independientemente, dado que las estructuras narrativas fueron concebidas para permitir ambas circunstancias.

Escena Creativa 4

Seminarios de Autor en Teatro y Espectáculo. Setiembre 2006

Un destino melodramático: Tosca y Violeta Valery

Martes 5, 12, 19 y 26 de setiembre de 18 a 20 hs.

Betty Gambartes

Betty Gambartes se propone abordar el tema del melodrama en el espectáculo teatral y operístico, partiendo de la indagación de los distintos conceptos de melodrama y focalizando en el trabajo de transposición de La Traviata de Alejandro Dumas a la ópera de Verdi y del Tosca de Sardou a la ópera de Puccini. Gambartes se propone analizar el rol de la visión personal y la elección del punto de vista para recontar el tema teniendo en cuenta la comprensión analítica de la obra y sus personajes, sus relaciones y su entorno político y social.

La "inter-acción" como motor creador de la puesta en escena

Jueves 7, 14 y 28 de setiembre de 11.30 a 13.30 hs.

Lorenzo Quinteros

Lorenzo Quinteros abordará las diferentes modalidades en que se presenta la "inter-acción" en la creación de un espectáculo teatral. Trabaja los distintos procesos intersubjetivos que se dan entre el texto de partida y la lectura de sus hacedores y cómo juegan en el proceso de creación los vínculos del director con los actores, de los actores entre sí y con todas las subjetividades que conforman el equipo creativo para lograr, finalmente, un vínculo entre el espectáculo y el público.

Actividad gratuita. Informes e inscripción: Mario Bravo 1050 5° piso. (5199 4500 int.1502, 1514, 1530 - teatrod@palermo.edu, enviar Curriculum Vitae (relacionado a actividades artísticas), detallando nombre del/los seminarios que desea realizar.

Seminarios de Autor
EN TEATRO Y ESPECTACULOS



“Crear el mensaje con el usuario y que éste quiera continuar con la experiencia, hace a los medios interactivos diferentes del resto de los medios”



Pedro Panigazzi, Director General Creativo de Publisquest Marketing Technology Agency



Matias Feldman Mariela Pol Guillermo Rivero Daniel Grunfeld Sergio Grinbaum Pedro Panigazzi Matias Galimberti Fabiola Ferro Mariano Suárez Battán Andrea Torelli



Internet Advertising Bureau (IAB) y la Facultad de Diseño y Comunicación desarrollaron un programa de capacitación y actualización dirigido a alumnos y egresados de la Facultad de Diseño y Comunicación; y a Profesionales de los diferentes campos de las comunicaciones que necesitan sistematizar los conocimientos en el área de la Publicidad Interactiva.

El objetivo del programa fue brindar al mercado los conocimientos necesarios para afrontar una demanda profesional innovadora y en constante desarrollo de las campañas publicitarias en Internet a través de dos líneas de acción. Por un lado vincular a los interesados en la elaboración de estrategias y planificación de medios en Internet, así como en los procesos creativos de desarrollo de las campañas de publicidad. Por otro lado incorporar constantemente los últimos avances técnicos y de investigación producidos en el área. El programa se dividió en dos Módulos: Negocios y Creatividad en Internet y Marketing y Medios en Internet. A continuación, una breve reseña de los profesionales que participaron en el Programa en los meses de mayo y junio.

El inicio del ciclo estuvo a cargo de **Mariano Bosaz**, responsable del Desarrollo de Negocios de LA NACION On Line, quien analizó la estructura y los problemas de la Web actual. Mostró un panorama del medio en la Argentina y el grado de desarrollo de la publicidad on line e hizo una diferencia acerca de la Argentina antes y después de la crisis. Por último cerró su exposición con una proyección en Estados Unidos y las tendencias a nivel mundial. Esa misma semana estuvo presente también la **Patricia Tomasini**, Gerente General de Claxon, quien expuso sobre Recursos y los Nuevos Dispositivos. Se basó en la audiencia de la Argentina y del mundo. Otro tema puntual que desarrolló fue el concepto de “el Prosumidor –mezcla de consumidor y productor”.

Sergio Grinbaum, Director Regional y Co Fundador de Deremate.com, el día martes 9 de mayo expuso sobre el desarrollo de un Negocio On Line. Comentó acerca del E-Business y cómo sería la integración de la cadena de valor entre proveedores, empresas y clientes. Definió también lo que es un Modelo de Negocios y presentó un caso de E-Commerce.

Guillermo Riera, Gerente de Nuevos Medios de La Nación, el 11 de mayo, continuó con el tema del Negocio On Line. Explicó el funciona-

miento de los medios de comunicación en Internet. Como primera medida habló sobre el pasaje del mundo off al mundo on. Otros temas abordados fueron el diseño y la adaptación de la imagen corporativa en Internet. Expuso acerca del rol del Periodismo en Internet y finalmente analizó el esquema comercial (discusión, publicidad, perspectivas y diferencias). En la segunda parte definió a los medios como futuro negocio y su posible rentabilidad.

Pedro Federico Panigazzi, Director General Creativo de Publisquest, el 16 de mayo y dio una charla acerca de la creatividad en los nuevos medios. Analizó, fundamentó y ejemplificó el pensamiento creativo aplicado a la publicidad. Explicó también cómo se trabaja un brief y como se realiza la concepción del Briefing.

El 18 de mayo **Fernando Barbella** de Ogilvy continuó con el tema “Creatividad Interactiva”. Analizó qué sucede con las duplas creativas, expuso e interpretó también varios casos de avisos interactivos. Para finalizar su ponencia explicó acerca del Advertainment entre otros conceptos.

Matias Feldman, Fundador y presidente de Workroom y Mariano Dorfman, Director General, Creativo y Coordinador de Icolic describieron los nuevos “Formatos” en Internet, cuales son las funciones de comunicación y los principales formatos.

Explicaron el rol del Banner, su definición y los diferentes tipos y cuales son las tecnologías de producción para la elaboración de los mismos. Cuales son los roles y logística en una campaña digital, detallando el cliente, la agencia, el medio, la productora y la implementadora. Para culminar la charla mostraron el Nuevo Mapa de Medios y expusieron sobre la Campaña del 2010 de MTV.

Fabiola Ferro Goñi, Directora de Ogilvy Interactive, el 30 de mayo expuso sobre la comunicación on line en el marketing. Definió el rol de los consumidores, analizó como cola-

boran las agencias interactivas y lo demostró analizando el caso “Dove”.

Andrea Torelli de Clickdiario el día martes 1 de junio, expuso acerca del rol del web marketer. Explicó que es el Brand Building, su impacto negativo y su impacto positivo. Analizó los 4 puntos en Internet: Producto, Precio, Plaza y Promoción; y finalmente dió a conocer la importancia del seguimiento de las acciones de marketing on line para medir ROI (Return on Investment).

El 6 de junio, **Daniel Grunfeld**, Gerente de negocios On Line de AmbitoWeb comenzó su charla acerca de las estrategias de comunicación. Para ello explicó los objetivos de comunicación, la estrategia de Medios y las campañas.

Por otro lado, focalizó en el consumidor on line: quién es, qué cantidad de usuarios visitan Internet y sus respectivas edades. Realizó también un balance sobre las causas del crecimiento de la Publicidad On Line, ya sea en USA, España y en Argentina. Como conclusión afirmó que la Publicidad On Line no es rentable.

Mariano Suárez Battán, Director de Three Melons Argentina, el 13 de junio realizó una charla acerca de Advertgames. Presentó varios ejemplos de campañas en Internet y en celulares y finalmente habló acerca de la relación con los clientes y fans.

El 20 de junio **Matias Galimberti**, Director de Research en Mindshare, expuso sobre los sujetos que protagonizan la publicidad interactiva en Argentina; entre ellos; IAB, AMDIA y CACE.

Los temas abordados en su ponencia fueron: Funciones y Tipos de estructura, las agencias y sus divisiones On Line, la estructura de las agencias, el desarrollo de nuevos negocios BTL y la sinergia entre el medio on y off. Como es el tra-

bajo en equipo entre agencia, medio y cliente. Por último abordó la Planificación y compra de medios desde la óptica de modelo de negocio y sobre la Planificación local e Internacional. Galimberti culminó su charla explicando sobre la metodología de trabajo hoy en Argentina y sus perspectivas de desarrollo profesional.Cuál es el perfil mas buscado.

Mariela Pol, General Manager para Media Contacs, el 22 de junio, expuso acerca de planteamientos tácticos y estratégicos. Desarrolló la planificación de medios y los conceptos básicos (Impresiones, CPM, CPC, CPL, CPA), segmentación por IP, Frequency cap, banner, entre otras cosas. Analizó también cómo se planifican medios en Internet y acerca de las modalidades de compra de espacios de publicidad, es decir, la compra y negociación de medios.

El día 27 de junio **Delfina Balestra**, Socia fundadora y Gerente General de ClickExperts, una empresa argentina creada en febrero de 2000 estructuró su charla en base a los medios y tecnologías para el marketing en Internet. La exposición se basó en la premisa que “Internet: es el medio más medible”, explicando las diferentes herramientas de medición disponibles de forma complementaria y no excluyente. Además hizo referencia a la medición de Audiencias Censal, de Campañas On Line, de Campañas de E-mail. La charla finalizó con una breve explicación sobre las métricas y negociación de medios y algunos consejos útiles.

El 29 de junio **German Herebia**, Gerente Comercial Internet del Grupo Infobae realizó una charla sobre Publicidad en Buscadores cuales son las estrategias y el Desarrollo de Keywords; como implementan las campañas y su seguimiento. Finalizó su conferencia analizando casos de Publicidad contextual y de Publicidad en celulares.



Fernando Barbella Delfina Balestra Mariano Dorfman Mariano Bosaz

El diseño en Latinoamérica: ¿qué es ser un diseñador en esta parte del mundo?

Extracto de la presentación realizada por Felipe Taborda en el Encuentro Latinoamericano de Diseño



Todos nosotros, diseñadores latinoamericanos, con frecuencia nos ponemos a pensar en cómo serían de diferentes las cosas en caso de que hubiésemos nacido en alguno de los llamados países del Primer Mundo: específicamente, en Estados Unidos o Inglaterra, aunque también puede ser en Holanda.

Tenemos un asunto mal resuelto de aceptación, difusión y reconocimiento internacional de nuestros trabajos, ideas y profesionalismo. Nuestro conformismo en relación a ello está atado a nuestra manera de actuar y pensar, y ha sido cultivado, desde los tiempos de la colonización religiosa y política de nuestros territorios, con la "culpa cristiana" pasando de generación en generación. Además, sufrimos la tradicional falta de oportunidades que los medios del Primer Mundo insisten en no concedernos. No hay espacio en las noticias internacionales para nada que no sean nuestras tragedias o escándalos. Allí sí podemos verlos publicados, casi siempre de manera concienzudamente errónea o exagerada.

Las denominaciones "países del Primer Mundo" y "países del Tercer Mundo" siempre me parecieron definiciones estereotipadas y creadas por los propios países del Primer Mundo, para autovalorarse, algo que hacen muy bien. Veamos: no existen "países del Segundo Mundo", pues se salta directamente del Primer Mundo al Tercer Mundo, sin escalas. Este padrón bastante inferior de jerarquía con que fuimos clasificados les da a ellos la euforia inmediata de la superioridad: "¡Somos incontestablemente el Primer Mundo!"

Para que este concepto quede claro, el mismo criterio de definición, y consecuentemente de interiorización, sucede con el término "sexo

frágil", comúnmente aplicado a las mujeres. Es evidente que éste no fue una expresión creada por una mujer, sino por un hombre. Toda mujer sabe la fuerza y la dureza que se necesita para ser, justamente, una mujer. Cualquier "ser frágil" sucumbiría en minutos a las exigencias de ese cargo, por pequeña que fuesen tales exigencias: una tensión premenstrual, una menstruación en sí, la necesidad de una visita regular al ginecólogo, un asedio masculino casi siempre desagradable e intermitente al caminar en las calles, para no citar los cuidados, incomodidades y medidas necesarias para embarazo o un parto. O sea, ningún hombre aguantaría ni siquiera por cinco minutos la incomodidad de la simple y biológica menstruación. Conscientes de la fuerza de la mujer, los hombres introdujeron el "sexo frágil" para, precisamente, disminuir y menospreciar a sus pares femeninos y darse, a sí mismos, la falsa impresión de superioridad.

Es un hecho que ninguna sociedad sobrevive sin la existencia de un chivo expiatorio. La necesidad funcional y psicológica que ello acarrea a sus usuarios es notable. Necesitamos siempre de algo más chico, peor, inferior y mediocre; algo que sea siempre menos que nosotros, para mantener nuestra posición intacta en el estrato que hemos elegido. Nunca hacemos bromas sobre nosotros mismos, pero sí sobre los demás.

El diseño de América Latina está relacionado con ello. No somos, necesariamente, ni mejores ni peores que nuestros pares internacionales. No estoy refiriéndome a los genios, que además de existir (y ser pocos) no forman parte de las estadísticas profesionales: me refiero al trivial día a día, a lo común. En lo

trivial podemos hablar de igual a igual. Tenemos algunos genios también, pero eso no cuenta.

"Hacer diseño" en este continente sufre la incompreensión generalizada. A pesar de ser actualmente una actividad que cumplió, en la mayoría de los países, 40 años de existencia, es común encontrar dificultades para explicar alguna definición de lo que hacemos a personas que si siquiera escucharon hablar de esta profesión. Sí, hacemos diseño, y éste está en todas partes: casa, auto, leche, anteojos, libro, televisor, video, zapato, publicidad, vino, queso. Pero como lo ven siempre, empiezan a no verlo nunca. Cuanto mejor el diseño, más invisible se torna, lo que nos torna invisibles a nosotros también.

Y somos invisibles dentro y fuera de nuestros países. Por ejemplo, si por casualidad hacemos un trabajo de diseño espectacular para la carátula de un compact disc de un conjunto de rock local, que además tenga repercusión nacional, lo máximo que nos puede suceder es que otros conjuntos locales nos inviten a crear sus próximas carátulas, lo cual es excelente. Pero, si los medios internos no están a favor, las posibilidades de que esto suceda son mínimas. Si este ejemplo fuera aplicado a una situación igual en Estados Unidos, la historia sería completamente otra. El conjunto de rock ni siquiera necesita ser muy conocido, le basta ser medianamente escuchado en las radios. Habiendo realizado un trabajo espectacular en la carátula, el trabajo y el nombre del diseñador serán inmediatamente conocidos y celebrados en todas partes del mundo, inclusive aquí, en Latinoamérica. De un día para otro, él estará haciendo trabajos en diversos lugares, principalmente en Japón,

que es un megaconsumidor de todo lo que es producido en los países occidentales del Primer Mundo, remunerando muy bien por ello. No existe un equilibrio, ni siquiera un interés de saber lo que se hace en otras partes del mundo. Para romper esta barrera se necesita de un enorme apoyo de los medios internacionales, además de un poco de suerte. Este texto no se trata de una queja o de una reivindicación de derechos iguales, algo que el mundo capitalista y laboral jamás practico. Se trata, eso sí, de la constatación de que existe un tratamiento diferenciado real, y ello puede servir como una gran alerta para nosotros, en Latinoamérica y el Caribe. Tenemos que aprender a mirar hacia nosotros mismos y tratar de conocernos cada vez mejor. Sólo tenemos algo que ganar con ello: tenemos el mismo tipo de caos urbano, la misma diferencia social alarmante, la misma cultura explosiva e intensa en las calles, en las ciudades y en los campos, las mismas crisis políticas eternas, la misma violencia aliada a un pasado riquísimo de historias, la misma sensación de distancia del resto del mundo. Conociéndonos mejor nos fortalecemos, nos tornamos más seguros y conscientes de aquello que realmente somos. No puede haber espacio para preconceptos o chivos expiatorios en ese conocimiento mutuo. Hay maneras de cambiar esta eterna posición radical y folclórica con que el mundo insiste en mirarnos. Somos todos iguales, andamos de la misma manera por las calles, tenemos la misma visión del mundo y, lo que es mejor, sabemos perfectamente ser lo que ellos esperan que seamos -o sea, ser ellos- y a pesar de ellos preferimos ser nosotros. Y esa es la gran diferencia de Latinoamérica.

Futuros vestuaristas, escenógrafos y directores teatrales integran equipos creativos en la Facultad

Espectáculo Integrado 2006. El equipo creativo en el Diseño de Espectáculos

Desde su creación, en marzo del 2005, de las Carreras de Dirección, Escenografía y Vestuario, la Facultad de Diseño y Comunicación UP ha trabajado por la integración de las mismas favoreciendo el trabajo interdisciplinar de alumnos y profesores.

Dentro de este marco y con el objetivo de lograr un primer acercamiento a la práctica de una situación profesional, los alumnos de Dirección I, Taller de Vestuario I y Escenografía I realizaron durante el mes de mayo: Espectáculo Integrado 2006. El equipo creativo en el Diseño de Espectáculos. La misma actividad se realizó durante 2005. La actividad se desarrolló en cuatro etapas arribando a una presentación final donde se expusieron los trabajos realizados.

Los estudiantes se dividieron en grupos, asumieron los roles de Directores, Vestuaristas y Escenógrafos y se les asignó a cada grupo, un texto dramático a trabajar: Fragmento de Teatro I de Samuel Beckett. La marquesa de Lakspur Lotion de Tennessee Williams y Pedido de Mano de Antón Chejov.

En una primera etapa, los Directores presentaron los materiales a los Vestuaristas y Escenógrafos quienes escucharon sus propuestas al mismo tiempo que aportaron sus ideas y formularon las preguntas pertinentes para encarar el trabajo de diseño escenográfico y de vestuario.

En una segunda instancia, los alumnos comenzaron a realizar su proceso de diseño pensando conceptos espaciales, vistiendo a sus personajes, explorando materiales, texturas y colores, discutiendo sus ideas con sus respectivos profesores, elaborando bocetos, plantas escenográficas, aplicando las técnicas y herramientas de diseño adquiridas en las asignaturas de taller.

En una tercera instancia se realizó un nuevo encuentro entre todos los integrantes del e-

quipo creativo en donde los estudiantes de Dirección Teatral escucharon las propuestas de los estudiantes de diseño, hicieron una devolución crítica de las mismas pidiendo correcciones y reelaboraciones para armar entre todos la presentación final grupal. Esta última fue expuesta ante todos los estudiantes y los profesores de los cursos en un último encuentro.

Lo interesante de la actividad es que se realiza entre pares. En ella se vivencia la responsabilidad del trabajo en equipo y se accede a un tipo especial de creatividad en donde las ideas de uno se potencian con el trabajo y la discusión entre los miembros del grupo. Esta experimentación de la práctica escénica y su dialéctica creativa grupal nos parece indispensable en la formación de profesionales creativos capaces de desarrollar sus ideas en la realización de un espectáculo.

La actividad contó con la participación de los profesores Diego Kogan (Dirección I), Héctor Calmet (Escenografía I) Marianela Gómez (Taller de Vestuario I) y la coordinación de Andrea Pontoriero.



“El Planner debe tener una cabeza amplia y ver donde el cliente no ve. Debe pensar lateralmente”

Omar Bello, Ceo de Leo Burnett Argentina, en la Facultad de Diseño y Comunicación



El 7 de junio se reunieron los Planners más importantes de la Argentina en las 10^{as} Jornadas Universitarias de Publicidad organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación junto con Adlatina.com bajo el tema “Planners: Protagonistas en Estrategias Publicitarias”.



El evento comenzó con la exposición de **Victor Fantauzzo**, Director del departamento de Planning y Research de Young & Rubicam, quien habló del armado de una estrategia de comunicación efectiva y dinámica teniendo en cuenta diferentes puntos clave. Uno de los conceptos a tener en cuenta es que “el punto de vista crea el objeto”. Tratando de estimular el debate y la reflexión aclaró que “Nada de lo que verán está escrito en piedra” y definió a “...el lenguaje como el fundamento ordenador y creador del mundo de los hombres” y ese mundo es arbitrario y tiene un concepto de la realidad construido, convirtiéndose finalmente en un fenómeno de percepción. “La publicidad se dedica a crear mundos”, “somos casi contadores de historias”. Los publicistas realizan su tarea desde un lugar privilegiado para una marca y para un consumidor que quiere habitar en ese mundo. Definiendo a la comunicación dijo que “La comunicación es una actividad de riesgo”, “Decir no es comunicar y comunicar no es siempre decir”. Aclaró lo que no debe hacerse cuando se trata de comunicación como por ejemplo, decir todo y no decir nada; decir bajito y que nadie se entere, decir una cosa y mañana otra; decir confuso; decir de modo diferenciado. “Nada define mejor a la imagen de una agencia como el aviso que se publicó hoy”, comenta.

“El problema no es la teoría de la comunicación efectiva sino la práctica, porque al final de cuenta, es como hago lo que prevalece. El problema no es tanto qué entendemos por publicidad efectiva sino cómo en la vida diaria mejoramos las condiciones para que se produzca”. “Del poder de las ideas al marketing de la inspiración, la publicidad se define como negocio de ideas. La creatividad no es sólo objetivo, sino que es también el camino para alcanzar todos los demás”. La premisa de la Agencia comentó, es “Desafiar las convenciones. Resistir a lo usual”. Definió estrategia como el plan que propone a donde queremos ir. “Seamos flexibles, una estrategia no es algo cerrado”. Es necesario salir del contexto del mercado, hay que ser realistas.

Luego continuó **Omar Bello**, Ceo de Leo Burnett Argentina y habló sobre investigación de mercado, filosofía y planificación estratégica. Hizo una comparación entre áreas de una agencia de publicidad y diferentes partidos políticos. Comentó que el tiene en cuenta “las tres áreas de una agencia de

publicidad en relación de poder con los partidos políticos”. Hizo una demostración de su importancia y cuál es su influencia en el proceso. “Creativos con peronistas. Es más difícil ganarles, siempre están al mando, tienen el poder y quieren más poder”. “Cuentas con radicales. Muy tradicionales, están ahí y estuvieron siempre, tiene raíz histórica”. “Planners con Lilita Carrió. No se sabe si van a llegar a alguna parte, una minoría que pinta bien, que puede llegar al poder”. Luego realizó una proyección al futuro de esta trilogía y dijo que “Creativos y planners están bien parados”, los “Planners pueden competir con el creativo si saben solucionar ciertas cosas en cuanto a su percepción”, “Cuentas están rezagados, pero son necesarios”. “Muchas agencias están desandando camino, ya que no se necesita como antes tener una sede en cada país para ser global”. Comentó que los Planners deben entender que está pasando en el mundo, en el ser humano y poder ver donde el otro no ve. Debe tener una cabeza amplia y ver donde el cliente no ve. Debe pensar lateralmente.”

Para cerrar la mañana **Carlos Cerana**, Director de Planeamiento Estratégico de Grey Argentina habló sobre el rol del planner en la comunicación. Primero expuso el esquema básico de la comunicación. El problema dijo, está en tomar al mensaje como “una caja que se tira”. Dentro del sistema toma al departamento de cuentas como emisor, a los creativos como la codificación (ubicado entre emisor y receptor), los medios funcionarían como el canal (ubicado en el plano del receptor); los planners a modo de receptor (la voz lúcida del consumidor para poder incorporar al proyecto de creación creativa del mensaje, se ocupa del consumidor). La comunicación la define como área común de experiencia entre el emisor y el receptor. El Planning se ocupa de los valores de marca a transmitir, de conocer al receptor, de todo lo que ocurre en el contexto, de las tendencias, entender el pedido del cliente, analizar el contexto, trabajar con los insights del consumidor y diagnóstico de marca. El rol del planner, es entre otros, ser investigador de mercado, analista de datos, coordinador de focus group, centro de información, jugar al “policia malo”, porque tiene que interrogar al cliente para entender el pedido, ser consultor para desarrollo de produc-

tos, facilitador en un brainstorming, representante del target o voz del consumidor, analista de medios y comunicación, pensador estratégico, autor del brief creativo, polemista, antropólogo social, buscador de insights (verdades del consumidor), aplicador de conocimiento. El rol del planner, ¿por qué está pero no se ve?. Porque su estrategia competitiva, por definición no pública, estimula el proceso, deja la pelota picando, funciona como lubricante del proceso; los insights y la información del consumidor. Su función es ver lo que nadie vio hasta ahora.

Horacio Castelli, Director de Planeamiento Estratégico de Mix y director de La Nube habló entre otras cosas sobre los consumidores y las marcas en un novedoso mundo mediático. “Los productos tienen que ser amigables para la gente adulta”, comenta Castelli. Dice que la gente grande tiene mucho tiempo de sobra por lo tanto es importante incluirlos. Comentó que es importante estar atentos al cambio, tenemos una nueva sociedad con un nuevo tipo de mercado, “tenemos que ver el cambio de escenario en el que nos encontramos”, dice. Según Castelli estamos en una época donde los mercados son más personales y no tan físicos y para llegar a este mercado es muy importante el valor agregado que le damos a las personas. “Los mercados son fuertemente simbólicos”. También habló de los distintos tipos de clases y cómo es notorio como las personas de menos recursos consumen las marcas más reconocidas. Un gran ejemplo de esto es el caso de las madres de clase baja que por su economía deciden comprar la leche más barata para sus hijos, pero que por instinto maternal deciden reforzar esta elección comprando un Danonino que tiene proteínas y vitaminas. Existen además cambios referenciales. (El pensamiento científico. “Se termina con aquel verso de que las cosas nacen, crecen y mueren”. Las cosas son complejas, la naturaleza no es simple. Existe un proceso de complejidad. Cuando una cosita se convierte en algo mas grande, por ejemplo, la gota que se hecha en el vaso lleno y hace que este rebalse. (La evolución tecnológica y la bioproductividad). La biotecnología es una revolución en medicina, salud, etc. (Las tele-comunicaciones y la interactividad.) Cuando ambas logran comenzar a mezclarse habrá una interacción continua, gran ejemplo de este caso son los mensajes de texto o de Internet y la posibi-

lidad de salir al aire, en radio o televisión en cualquier momento. Una pregunta es ¿Dónde ha quedado el producto creativo?. Se pierde un mundo comprensible, real y previsible para el común de las personas y pasa a haber una abrupta irrupción de un mundo complejo, dinámico e incierto.

“Hemos perdido en la profesión el formato tradicional”. Es necesario estar preparados. Hoy revolucionan hasta los mas pequeños. Todo puede suceder. Los productos son productos que se compran y compiten con la gratificación de las personas. “Mi recomendación profesional es capacitarse” concluye Castelli.

Bernardo Geoghegan, Director Brand Planning Ogilvy & Mather, comienza su exposición “El planning es un puente entre la lógica y la magia”, haciendo hincapié en que “los consumidores se enganchan de las marcas con las campañas”. Hoy en día hay una obsesión con la creatividad, “pero de lo que se trata es de conseguir la creatividad detrás de la creatividad y no de ser creativo uno; sino de conseguir que los demás hagan la creatividad”, lean y comuniquen”. Para ello hay que tratar de entender de modo creativo lo que a la gente les va a gustar. La publicidad y la comunicación es muchas veces un diferencial del producto. La comunicación se crea cuando “tratamos de entender lo que la gente quiere.” Es importante tener en claro que las personas nos van a decir lo que les gusta en base a lo que antes les gustaba; contestará entonces en función de la experiencia pasada. Y lo que sucederá cuando se le presente el producto será algo que no esperábamos, a la persona le gustará, claro, pero no será interesante para ella, porque ya lo ha visto y no es algo nuevo. El desafío entonces es traer lo que no haya visto aún, adelantarse a lo que la gente quiere o va a querer.

El trabajo del planner es hacer una buena estrategia para que otro haga una mejor base. Para esto se necesita antes que nada pedir un foco de lo que se requiere y tratar de buscar un ángulo, el que mi competencia no está haciendo, el que nadie está haciendo.

Finalmente y para cerrar la Jornada **Sebastián Esteverena**, Director de Planificación Estratégica de J.W.T., **Rocio Salas Alvarez**, Director Asociado de Grupo RZ y Entrelíneas, **Mariana Bricchetto**, Planner Director de Ogilvy &



Omar Bello
(Leo Burnett Argentina)

Mariana Bricchetto
(Ogilvy & Mather)

Horacio Castelli
(Mix - La Nube)

Carlos Cerana
(Grey Argentina)

Sebastián Esteverena
(JWT)

Victor Fantauzzo
(Young & Rubicam)

Bernardo Geoghegan
(Ogilvy & Mather)

Diego Luque
(Vega Olmos Ponce)



De der. a izq. Carlos Cerana (Grey Argentina), Jimena Sanchez Hermida (Media Planning S.A.), Rocio Salas Alvarez (Grupo RZ y Entrelines), Diego Luque (Vega Olmos Ponce) y Mariana Bricchetto (Ogilvy & Mather)

Mather, **Diego Luque**, Brand Planning Director de Vega Olmos Ponce, **Jimena Sanchez Hermida**, Catalist de Media Planning S.A., **Carlos Cerana** y **Bernardo Geoghegan** como miembros de APG definieron el perfil del planner y de la APG. Account Planning Group Argentina es una organización sólo de profesionales de planning, comentan. En el planning lo que se intenta hacer es retener a la gente. Y las empresas internacionales le están dando cada vez más preponderancia al planning. Tanta es la importancia que le dan las empresas a este punto que ya no comienzan un brief si no se encuentra presente el planner. Los diferentes planners de la mesa redonda comentaron sobre sus estudios y trabajos anteriores concluyendo que no es raro encontrar que tantas disciplinas puedan integrar al planeamiento. Con una mezcla de títulos obtenidos desde Publicidad, Marketing, Desarrollo de Mercado hasta comunicación social, sociología e inclusive historia del arte, el Account Planning Group Argentina ha sido fundado por personas con intereses variados y un mismo objetivo: tratar de comprender realmente a la gente.

"Planning es una disciplina dentro de la publicidad" dice Bricchetto. Antiguamente el trabajo que hoy es realizado por Planning lo hacían las personas del área de Cuentas, es por ese motivo que ambos son complementarios. Geoghegan habló sobre la relación que existe entre los planners y los creativos.

Con respecto a este tema dijo que "el planning funciona para ayudar a explicar una idea". Cuando el creativo sabe que necesita del planning el trabajo de ambos se vuelve mucho más fácil. Es por eso que es importante que en las agencias ya exista una cultura de planning. El planner de lo que se va a encarar es de pasar la estrategia. "El planning no tiene la intención de ser la publicidad" comenta Cerana. Trabajan un "Proceso de síntesis que termina en una idea que los creativos tienen que transmitir". "Lo que falta es la capacidad de análisis" agrega Geoghegan. Es necesario hacer una lectura exhaustiva de los datos. "Estamos trabajando para el mundo, los avisos para los que trabajamos se ven en cualquier parte del mundo", cerró Diego Luque.

Se cumplen tres años desde la creación del Consejo Asesor Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación

El Consejo Asesor Académico de la Facultad de Diseño y Comunicación es un órgano consultivo del Decano, consistente en un cuerpo colegiado de seis miembros, el que tiene funciones de recomendación, asesoramiento y consejo, y se configura en un espacio de reflexión y análisis para la visión prospectiva de la institución. Está conformado por los profesores: Débora Belmes, José María Doldan, Jorge Falcone, Claudia Preci, Alejandro Sarmiento y Gustavo Valdés de León. También formaron parte del Consejo Asesor, hasta el año 2004 el Prof. Adrián Candelmi, y hasta el año 2005 el Prof. Fernando Luis Rolando.

El Consejo como cuerpo colegiado genera la participación de profesores en los órganos superiores de conducción, con el fin de la colaborar y asesorar en el diseño de políticas y planes de desarrollo a futuro, resignificándose el rol de los docentes al otorgarles un lugar de toma de definiciones en la estructura de planificación de la Facultad.

El Consejo Asesor equivale a un equipo de representación multidisciplinar, que aboga por la integración de todos los departamentos y carreras, tutela el desarrollo estratégico de la Facultad y es en definitiva, una proyección directa del estamento docente en la conducción de la institución. También aporta una mirada involucrada en las problemáticas nucleares de la Facultad, teniendo como cometido proponer y sugerir el desarrollo de ideas que hagan a la construcción de las grandes áreas del conocimiento de la Institución.

A tres años de su creación el Consejo Asesor pretende con este artículo de rendición de cuentas, transparentar lo actuado. Podemos decir que la creación del Consejo Asesor Académico ayudó a conjugar armónicamente la gestión de conducción con los aspectos puramente académicos, y a incrementar el grado de entendimiento entre los estamentos que configuran la comunidad académica de la Facultad.

El Consejo Asesor es un espacio atento al mejoramiento continuo de los niveles de calidad académica, a la equidad en el funcionamiento de la institución, a la eficacia de sus operaciones y a responder a las demandas de todos los actores que conforman la Facultad de Diseño y Comunicación.

En los últimos años ha generado una serie de acciones que es pertinente destacar:

- Proyectos Experimentales de Innovación y Creación La puesta en acto de este programa fue idea del Consejo Asesor, y se verifica su continuidad en el cumplimiento del cuarto ciclo, y el llamado a concurso por quinta vez consecutiva, para la implementación de los Proyectos Experimentales. Estos espacios académicos se llevan adelante en la sede de Jean Jaurés de la Facultad, y consisten en talleres destinados a la innovación, al arrojamiento proyectual y a la creación experimental, en

áreas que habitualmente no recorren las currículas de las materias. Son proyectos con crédito para los estudiantes ya que las pueden tomar como materias electivas, o de especialización.

- Vinculos internacionales Como lo recomendó en su momento el Consejo Asesor, la Facultad puso en marcha el Programa de Vinculos Internacionales, poniendo foco fundamentalmente en las relaciones con universidades latinoamericanas. Hasta el momento se han firmado doce Convenios Marco de intercambio con universidades latinoamericanas, y con otras treinta universidades se mantiene un diálogo fluido y permanente. El Consejo Asesor recomendó también al Decano de la Facultad la creación de un área específica de Vinculos Internacionales, cuya resolución es inminente.

- Reconocimiento a la trayectoria Docente En el mes de diciembre de 2006 el Consejo Asesor Académico efectuará por tercera vez consecutiva el reconocimiento a la trayectoria de los docentes más antiguos de la Institución. El Consejo piensa que no solo el tiempo transcurrido es valioso, sino que reconoce el carácter de la tarea realizada por los profesores pioneros, los que no solo transmitieron conocimientos, sino que generaron un conocimiento propio y característico de la institución. Este reconocimiento se extenderá también a publicación de libros, premios especiales, realización de films y otros productos de las actividades específicas de los profesores.

- Política Institucional de Investigación El crecimiento de la población estudiantil es un parámetro de la imagen externa de la institución y su proyección Latinoamericana. Desde siempre, una preocupación constante del Consejo Asesor fue la racionalización de la actividad académica, lejos de la dispersión o la anomia. Es por eso que se elevó al Decano la propuesta de que la Facultad se dicte una política unitaria de investigación, que generaría grandes vías del conocimiento, donde deberían integrarse las investigaciones de la Institución, y abarcaría todos los espacios donde se aborda esta disciplina: en la Materia Introducción a la Investigación, en la Licenciaturas, en las Especializaciones de carreras y

en la Maestría en Diseño. El Consejo Asesor preparó un cronograma a llevar adelante, que incluye rondas de consulta a los docentes en esta materia.

- Jerarquización Académica Desde Agosto de 2005 a Febrero de 2006 el Consejo Asesor trabajó en su propuesta de generar el concurso para Profesores Titulares y Asociados. A tal efecto se pidió a un experto la escritura de un Reglamento de Concurso ad-hoc, del que surgieron ocho profesores asociados, que ya están incorporados a la estructura académica de la Facultad.

- Calidad Educativa. El Consejo Asesor trató en distintas instancias el tema de la calidad educativa para la institución. Siempre se pensó en el análisis, evaluación y aplicación de los indicadores de calidad basados en estándares internacionales, que incluyan las carreras en sí mismas, la formación docente, la calidad del producto emitido por la Institución y la validez externa del mismo. En este orden, se piensa hoy día, en un grupo conductor de carrera, que no sea un grupo coordinador de gestión, sino que cumpla funciones de consulta y asesoramiento específico por carrera. Esta propuesta se encuentra aún en análisis y reflexión.

- Encuentro Latinoamericano de Diseño. El Consejo Asesor propuso al Decano hace más de dos años la realización de un encuentro internacional con carácter regional para agosto del 2006. El fin último era que la Institución pueda mostrar a la comunidad su amplia producción, acumulada ya por varios años, y que sea recíproco con otras instituciones educativas hermanas. Este encuentro integraría a todas las áreas de la Facultad, en un evento con alto nivel de reflexión respecto a la docencia del Diseño y su vínculo indisoluble con la vida profesional. El Consejo Asesor entendió que este evento, más la convocatoria a figuras consulares por cada área del Diseño, profundizaría la inserción de la imagen de la Universidad de Palermo en el medio.

- Transferencias de Tecnologías En otro orden de cosas, se recomendó al Decano proponer a universidades del exterior la oferta de la Facultad en cuanto a programas de enseñanza, asesoramiento docente, cursos y seminarios especiales. La propuesta involucraría al cuerpo docente en tareas novedosas y gratificantes, y requeriría un espacio especial en el web-site con los antecedentes de los profesores, accionar profesional y producciones personales, y los programas que eventualmente podría dictar, en cátedras o en cursos especiales de extensión.

El Consejo invita a los docentes de la Facultad a una participación efectiva, enviando sus consultas, propuestas e inquietudes para ser consensuadas y eventualmente tratadas por el cuerpo, ya que se entiende que este organismo debe ser una interfase entre los docentes y la conducción de la Facultad.



Rocio Salas Alvarez (Grupo RZ y Entrelines) Jimena Sanchez Hermida (Media Planning S.A.)



Débora Belmes José María Doldan Jorge Falcone Claudia Preci Alejandro Sarmiento Gustavo Valdés de León

Universidades e Instituciones Educativas que auspician Diseño en Palermo

Encuentro organizado por la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo

diseño&comunicación

Dirección Editorial: Oscar Echevarría,
Decano de la Facultad de Diseño y
Comunicación (oechev@palermo.edu.ar)
Diseño: Constanza Togni
Fotografía: Jimena Etchevarría, Valeria Roa
Textos: Romina Pinto
Tirada: 10.000 ejemplares

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

