

61

Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura

Introducción a la Investigación

Segundo Cuatrimestre 2013

Proyectos Ganadores

Introducción a la Investigación

Segundo Cuatrimestre 2013

Creación y Producción en Diseño y Comunicación

[Trabajos de estudiantes y egresados]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

Centro de Producción en Diseño y Comunicación

Buenos Aires, Argentina

Año 10. Número 61. Julio 2014

**Creación y Producción en Diseño y Comunicación
[Trabajos de estudiantes y egresados]**

Universidad de Palermo.
Facultad de Diseño y Comunicación.
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
Mario Bravo 1050.
C1175ABT. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
publicacionesdc@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editora

Fabiola Knop

Coordinación del presente ejemplar Nº 61

Carlos Caram - Luciana Uro - Hilario Capeans - Mario Lombardi

Comité Editorial y de Arbitraje

Mercedes Alfonsín. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mónica Balabani. Universidad de Palermo. Argentina.
Carlos Caram. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Roberto Céspedes. Universidad de Morón. Argentina.
Marisa Cuervo. Universidad del Salvador. Argentina.
Daniela Di Bella. Universidad de Morón. Argentina.
Patricia Doria. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Zulema Marzorati. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mercedes Massafra. Universidad Kennedy. Argentina.
Marina Laura Matarrese. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
María Elena Onofre. Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón
Mercedes Pombo. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Mariángeles Pusineri. Universidad Nacional de Mar del Plata. Argentina.
Eduardo Russo. Universidad Nacional de La Plata. Argentina.
Virginia Suárez. Universidad de Palermo. Argentina.
Elisabet Taddei. Universidad de Palermo. Argentina.
Daniel Wolf. Universidad de Buenos Aires. Argentina.

Textos en Inglés

Marisa Cuervo

Textos en Portugués

Mercedes Massafra

Diseño

Francisca Simonetti
Constanza Togni

1ª Edición.

Cantidad de ejemplares: 100

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Julio 2014.

Impresión: Imprenta Kurz.

Australia 2320. (C1296ABB) Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1668-5229

Universidad de Palermo

Rector

Ricardo Popovsky

Facultad de Diseño y Comunicación

Decano

Oscar Echevarría

Secretario Académico

Jorge Gaitto

Creación y Producción en Diseño y Comunicación on line
Los contenidos de esta publicación están disponibles, gratuitos, on line ingresando en: www.palermo.edu/dyc > Publicaciones DC > Creación y Producción en Diseño y Comunicación.

Los trabajos de estudiantes que integran esta publicación constituyen ejercicios académicos de cátedras, sin fines comerciales. Se deja constancia que el uso de marcas, inclusión de opiniones, citas e imágenes es de absoluta responsabilidad de sus autores quedando la Universidad de Palermo exenta de toda responsabilidad al respecto.

La familia tipográfica empleada en el diseño de tapa de este número, es obra de un estudiante de la carrera de Diseño UP. El trabajo fue realizado en la Cátedra del profesor Diego Pérez Lozano.

Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos. El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores.

61

Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura

Introducción a la Investigación

Segundo Cuatrimestre 2013

Proyectos Ganadores

Introducción a la Investigación

Segundo Cuatrimestre 2013

Creación y Producción en Diseño y Comunicación

[Trabajos de estudiantes y egresados]

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

Centro de Producción en Diseño y Comunicación.

Buenos Aires, Argentina

Año 10. Número 61. Julio 2014

Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados] es una línea de publicación semestral del Centro de Estudios y del Centro de Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. La publicación reúne trabajos desarrollados por estudiantes y egresados de las diferentes carreras de la Facultad. Las producciones (teórico, visual, proyectual, experimental y otros) se organizan en relevamientos y recopilaciones bibliográficas, catálogos, guías entre otros soportes. La línea editorial refleja los estándares de calidad del desarrollo de la currícula evidenciando la diversidad de abordajes temáticos y metodológicos realizados por estudiantes y egresados, con la dirección y supervisión de los docentes de la Facultad. Los trabajos son seleccionados por el claustro académico y evaluados para su publicación por el Comité de Arbitraje de la Serie.

Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura
Introducción a la Investigación
Segundo Cuatrimestre 2013

Proyectos Ganadores

Introducción a la Investigación
Segundo Cuatrimestre 2013

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
Buenos Aires, Argentina. Julio 2014

Introducción.....pp. 9-10

**Proyectos de estudiantes desarrollados en la
asignatura Introducción a la Investigación.
Segundo Cuatrimestre 2013**

(Presentados por cátedra).....pp. 11-37

Docente: Virginia **Améndola**.....p. 11
Docente: Mónica Patricia **Balabani**.....p. 12
Docente: Mariana **Bavoleo**.....p. 15
Docente: Natalia **Borghini**.....p. 15
Docente: Florencia **Bustingorry**.....p. 17
Docente: Jorge **Couto**.....p. 18
Docente: Patricia Bárbara **Flores**.....p. 18
Docente: Nicolás **García Recoaro**.....p. 20
Docente: Alelí **Jait**.....p. 21
Docente: María Cecilia **Kiektik**.....p. 22
Docente: Ernesto **López**.....p. 24
Docente: Zulema **Marzorati**.....p. 24
Docente: Andrés **Olaizola**.....p. 25
Docente: Victoria **Ortiz de Rozas**.....p. 26
Docente: Diana Alicia **Pagano**.....p. 30
Docente: Fernanda Jorgelina **Sández**.....p. 31
Docente: Marisabel **Savazzini**.....p. 33
Docente: María Valeria **Tuozzo**.....p. 34
Docente: Marcia **Veneziani**.....p. 35

**Trabajos ganadores del Concurso Proyectos
Jóvenes de Investigación y Comunicación
Segundo Cuatrimestre 2013**.....pp. 39-54

Docente: Mónica Patricia Balabani

Papel piedra
Carolina Herrera, Martina Giordano y Caterina Trama....p. 39
Los envases que necesita el medio oriente
Ignacio Illner.....p. 39

Iluminación sustentable

Gonzalo Bianchi.....p. 40
Cine y teatro ecológico
Michelle Noboa Loor y Araceli Fiorentino.....p. 40

Docente: Mariana Bavoleo

*Neumática: las nuevas tendencias en el uso del caucho para
el diseño de accesorios sustentables*
Micaela Villalba, Agustina Alegre y otros.....p. 41
*La inclusión del arte en el diseño de Absolut Vodka: un análisis
de la comunicación visual de la última década*
Victoria Randrup, Clara Lichter y Ana Carolina Valdez
Tinedo.....p. 42

Docente: Natalia Borghini

*La postproducción cinematográfica argentina en la era digi-
tal: edición y capacitación*
Gabriela Zamora.....p. 42

Docente: Florencia Bustingorry

Los eventos organizados por la Universidad de Palermo
Sabrina Crudo y otros.....p. 43

Docente: José María Doldan

El minimalismo
Ana Farizano.....p. 44
La década de 1978
Isabela Alarcon.....p. 44

Docente: Jorge Duarte

Leyes saludables vs. industria tabacalera
Flavia Lorena Ocampo.....p. 44

Docente: Patricia Flores

*La revolución sexual: su llegada e influencia en el cine ho-
llywoodense*
Tadeo Alejo Berdasco.....p. 45
Alimentación y publicidad
Luciana Rios Stay y Vanina Alejandra Pinzán.....p. 46

Docente: Nicolás García Recoaro

El vestuario como elemento narrativo en el teatro. Análisis del trabajo de Joaquín Nandez para la obra Cuarteto de Heiner Müller

Vladimir Sánchez García.....p. 46

Docente: María Cecilia Kiektik

Moda teatral

Teresita De Dominicis.....p. 47

Docente: Zulema Marzorati

Las instituciones: ausencia y presencia

Luciana Alvarenga, Juan Pedro García Gandolfo y otros.....p. 47

Docente: Andrés Olaizola

Nuevas formas de comercialización de indumentaria femenina a través de redes sociales: Facebook

Natalia Bekenstein.....p. 48

Docente: Victoria Ortiz de Rozas

El desarrollo profesional de las mujeres en el campo del Diseño Gráfico en empresas con nuevas modalidades de trabajo

Aime Mailen Seoane.....p. 48

La sexualidad de la mujer en las fotografías de moda de Helmut Newton

Ariana Valencia Farro.....p. 49

Docente: Fernanda Jorgelina Sáñez

Abrir más los ojos para cerrar la boca: mentiras y verdades de la alimentación en Argentina

Marysol Viola.....p. 50

Arte digital: el hijo no reconocido de la academia

Bárbara Candelarezi.....p. 51

Docente: Marisabel Savazzini

Qué está tramando el sensor

Alexia Hasbun Guandique.....p. 51

Docente: María Valeria Tuozzo

Moda, la imagen comercial ideal

Linda del Mar Casanova Coral y Gilary Samanta

Briones Vazquez.....p. 52

Docente: Marcia Veneziani

El color de los sentimientos

Julieta Escobar Iurevich.....p. 52

La naranja mecánica: jugoso mal

Paola Yasnaia Gayá.....p. 53

Índice por autor

(Ordenado alfabéticamente).....pp. 55-56

Publicaciones del CED&C.....pp. 57-62

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2013

Resumen / Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2013

La publicación presenta los trabajos producidos por los estudiantes en la asignatura Introducción a la Investigación, dictada en el primer año de todas las carreras de Diseño y Comunicación.

Contiene los abstracts de los informes de investigación y fragmentos de los trabajos. Estos trabajos dan cuenta de una de las instancias de aprendizaje más significativas para nuestros estudiantes como es la primera mirada exploratoria y crítica que plantea la investigación desde el inicio de la carrera universitaria.

Palabras clave

Comunicación - comunicaciones aplicadas - consumo - creación de obra - diseño - espacio - fenómenos urbanos - fotografía - graffittis - inmigración - investigación - medio ambiente - medios - empresas - nuevas tecnologías - objetos - posmodernidad - práctica profesional - prácticas urbanas - publicidad - seguridad - teatros.

Summary / Students projects produced in the subject Research Introduction. Second Semester. Period 2013.

The publication presents the works produced by the students in the subject Research Introduction, of all first year careers of Design and Communication. It contains the abstracts of the reports of investigation and fragments of the works. These works realize one of the most significant instances of learning for our students, like it's the first critical and exploratory view, which presents the investigation since the beginning of the University career.

Key words

Applied communications - businesses - communication - consume - creation of work - design - environment - graffitis - immigration - investigation - media - new technologies - objects - photography - posmodernity - professional practice - publicity - security - space - theaters - urban phenomena - urban practice.

Resumo / Trabalhos de estudantes produzidos na disciplina Introdução à Pesquisa. Segundo Quadrimestre 2013.

A publicação apresenta os trabalhos produzidos por estudantes na disciplina Introdução à Pesquisa, do primeiro ano de todos os cursos de Design e Comunicação.

Contém os resumos dos informes de pesquisa e fragmentos dos trabalhos. Estes trabalhos expressam uma das instâncias de aprendizagem mais significativas para os nossos estudantes: a primeira mirada exploratória e crítica que planteia a pesquisa desde o início do Curso universitário.

Palavras chave

Comunicação - consumo - criação de obra - design - espaço - fenômenos urbanos - fotografia - graffitis - imigração - pesquisa - meioambiente - meios - empresas - novas tecnologias - objetos - post modernidade - prática profissional - práticas urbanas - publicidade - segurança - teatros.

Introducción

Dentro de los propósitos educativos de la Facultad de Diseño y Comunicación, la calidad académica se encuentra en un lugar privilegiado. En este marco se creó un conjunto de asignaturas que conforman lo que se denomina el Núcleo de Formación Académica (NFA) para todas las carreras. El NFA está formado por las siguientes asignaturas: Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación.

Los objetivos del NFA son desarrollar las habilidades metodológicas para la investigación, la escritura académica y para la elaboración de documentos universitarios, así como también desarrollar las destrezas para la oralidad y la utilización y selección crítica y consciente de diferentes tipos de fuentes.

El NFA se constituye en el primer paso en la formación estrictamente académica, en investigación y elaboración de textos, que tiene su culminación en el Proyecto de Graduación (PG) elaborado en las asignaturas Seminario de Integración I y II de los cuartos años de las carreras.

Este núcleo de asignaturas está pensado para que enriquezca e irradie sus aprendizajes al resto de las asignaturas en las cuales se sugiere aplicarlos y profundizarlos.

Dentro del mismo marco de la calidad académica, otro de los objetivos es la visibilidad de la producción de los estudiantes a través de la cual pueden autoevaluarse, realizar evaluaciones cruzadas y confrontar su producción con la de sus pares. Es por este motivo que se creó la Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación que cierra la cursada de las dos asignaturas mencionadas.

La Semana de Proyectos Jóvenes es un espacio consolidado a través de los años donde los estudiantes exponen brevemente los proyectos realizados durante la cursada. De esta forma los cientos de alumnos que cursan el primer año de las carreras muestran a sus compañeros, a sus profesores y a toda la comunidad educativa, los resultados y propuestas de sus investigaciones y creaciones.

Esta publicación Creación y Producción en Diseño y Comunicación se organiza de la siguiente manera:

La primera parte corresponde a un resumen del Informe de Investigación (Trabajo Práctico Final de Introducción a la Investigación) de cada grupo de estudiantes que hayan cursado esta asignatura. Estos resúmenes están precedidos por un abstract donde cada docente explica su propuesta pedagógica. De esta manera se abre la posibilidad de la visibilidad a todos los estudiantes de la cursada.

En la segunda parte se publican los trabajos seleccionados por cada docente de cada cátedra. Se trata de los textos correspondientes a la Introducción y las conclusiones del proyecto final denominado Informe de Investigación. En el marco de lo disciplinar como campo de investigación, la Facultad propone que se recorten las temáticas pertinentes a la disciplina. Los grupos deben estar conformados por 3 estudiantes como máximo. Eventualmente se puede hacer de manera individual.

La Facultad de Diseño y Comunicación se siente orgullosa y entusiasmada de llevar adelante este proyecto pedagógico de forma ininterrumpida desde el año 2004.

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2013 (presentados por cátedra)

Docente: Virginia Améndola

Abstract del docente

La materia propone dar los primeros pasos en lo que respecta a una investigación científica, tratando de dar cuenta de ello a través de un trabajo de investigación que logre detectar las tendencias latentes o explícitas en el ámbito social. Para poder motivar que los alumnos se involucren y aprehendan el método científico, nos enfocamos en la elección de una temática que logre apasionar al alumno, Impulsar la búsqueda de material, la salida al campo de estudio y la exploración respecto de herramientas metodológicas novedosas para el alumno.

La propuesta busca iniciar un camino en el que gracias a la estructura del conocimiento científico los alumnos puedan desarrollar su creatividad de modo coherente y justificado.

Que conozcan la importancia del imaginario social y como la lectura de la construcción social del sentido le s permite estudiar prever tendencias, posibles gustos sociales, consumos y nichos de mercado.

Por último destacamos la importancia de jerarquizar el lenguaje para brindar las herramientas técnicas con las que cualquier profesional debe contar para desarrollarse en el mundo del trabajo.

Producción de los estudiantes

El veganismo como tendencia emergente

Natalia Sarti y Mercedes Neil

El presente trabajo de investigación, consiste en la descripción y explicación del veganismo como una práctica de vida y a la difusión de sus beneficios y aspectos desfavorables.

El problema de investigación se realizo en base al análisis de sus ventajas y desventajas a la hora de consumir una dieta vegana.

La investigación se realizo obteniendo información de diferentes fuentes; entrevista a un nutricionista y a un vegano para poder analizar dos puntos de vista totalmente diferentes, encuestas a personas de 18 a 60 años para obtener un panorama de cuan informadas están las personas y páginas web exclusivamente veganas.

Cannabis la medicina milenaria

Ludi Alcaráz Agüero

En este trabajo se realizara una investigación acerca de los beneficios y lo contraproducente del cannabis en el ser hu-

mano. A partir de las marchas que han suscitado en la ciudad apoyando el derecho del auto cultivo, se tiene en cuenta que cada vez hay un gran número de personas que utilizan la planta para fines recreativos y medicinales.

La investigación no tiene como finalidad hacer algún tipo de apología, sino todo lo contrario. Se buscara la opinión de distintos médicos para corroborar o no las facultades de la planta como uso medicinal y la manera adecuada de uso.

La representación de la mujer en la publicidad

Florencia Cabré

A lo largo de la historia se ha considerado que la mujer esta directamente asociada con las tareas del hogar .Por mas que a lo largo del tiempo se hallan efectuado una gran cantidad de cambios favorables en cuanto a sus derechos , cuando de publicidad se trata el sexo femenino sigue ligada al papel de ama de casa . Es muy extraño ver a un hombre promocionando un detergente para platos o algún producto de cocina. Si bien son mínimos los casos, los hay y lo que se hará en esta investigación será analizar distintos ejemplos de estos spots publicitarios donde se rompe el típico esquema que se viene repitiendo hace décadas y ver si este cambio es aceptado o no por la sociedad.

Aceptación del Software Libre por los profesores de educación secundaria en la Argentina

Nicolás Danelón, Diego Prieri y Ariel Sánchez

El objetivo de la corriente investigación es demostrar que la falta de enseñanza o aplicación del Software Libre en la educación secundaria se debe al desconocimiento o desinterés de los docentes y directivos de las instituciones, para así poder identificar las falencias en el circuito de formación y proponer nuevas metodologías.

La relevancia del tema se basa principalmente en dos ejes:

Por un lado la indudable importancia que ha tomado la tecnología en la sociedad en general, y en la educación en particular, dando origen a diferentes programas orientados a promover la inserción tecnológica de los docentes y estudiantes, así como a la creación de diferentes carreras relacionadas a la producción tecnológica.

Por otro lado, el hecho que en muchos de los casos, el software utilizado en las instituciones educativas es del tipo privativo, y si bien en las mismas se tienen licencias para usarlos, los estudiantes se ven obligados a comprar el software para poder hacer uso del mismo en sus hogares, o bien recurrir a métodos ilegales para conseguirlos.

Docente: Mónica Patricia Balabani

Abstract del docente

El mundo actual necesita enfrentar un cambio cultural, un cambio de paradigma que desarrolle caminos de gestión cuyo énfasis primordial radique en “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades.” (Comisión Bruntland, 1987). Este cambio cultural es el gran desafío que la educación actual debe asumir, con el fin de conocer y dominar un sistema complejo y desarrollar una cultura de compromiso, pertenencia y solidaridad. Esta nueva concepción necesita crear una línea de pensamiento que permita enfrentar estos retos y desafíos e internalizar procedimientos que fortalezcan un crecimiento y un desarrollo sostenible. Un crecimiento económico en el cual se controlen los efectos sobre el medio ambiente sin provocar daños nocivos para el mismo y para la sociedad. Por otro lado, esta educación ambiental debe generar una responsabilidad empresarial capaz de asumir costos implícitos como cambios en los hábitos de consumo y/o en el uso de la energía, etc.

En definitiva, la finalidad de este curso es que los alumnos conozcan el proceso de investigación, incorporen conocimientos sobre el medio ambiente y “adquieran valores, destrezas, experiencia y también la determinación que les permitirá actuar individual y colectivamente para resolver los problemas presentes y futuros” (UNESCO, 1990). Se trata de crear profesionales con una conciencia y actitudes nuevas, activas y participativas, comprometidas con su entorno. Profesionales que piensen interdisciplinariamente y que valoren la interrelación entre el hombre, su cultura y su medio. A través de los trabajos, se desarrolla en los alumnos el espíritu de investigación y reflexión que los acerca al medio ambiente, incorporando conceptos claves que modifiquen conductas hacia comportamientos pro-ambientales y que tendrán en cuenta al momento de tomar decisiones y proponer soluciones a problemáticas cada vez más complejas.

Producción de los estudiantes

Impresión sustentable

Lucía España, María Lafont Pollak y Melina Nieto

Las impresoras sustentables forman parte de las nuevas innovaciones sustentables en el ámbito de la tecnología. Sin un significativo gasto energético y utilización de tintas biodegradables, permiten no sólo imprimir de forma respetuosa con el medio ambiente, sino también reciclar el papel impreso con mayor eficiencia, es por eso que se puede hablar de una impresora ecológica.

A causa del uso excesivo y la no toma de conciencia al imprimir, se genera un gran impacto en nuestro planeta, tanto en el presente como en el futuro. Esto ha impulsado a investigar sobre nuevas impresoras que provean alternativas más ecológicas como la de usar menor cantidad de energía, utilizar tintas ecológicas libres de tóxicos, impulsar el reclinado de cartuchos y utilizar menos papel o reciclar el mismo. Tanto las personas como las empresas han comenzado a fomentar un cambio de hábitos e implementación de nuevas tecnologías

que no provoquen consecuencias negativas en la salud y el medio ambiente.

Teñidos naturales

Florencia García, Camila González Bande y María Paula López Santestéban

La sustitución de recursos tóxicos, que contienen componentes químicos perjudiciales para la salud, por la de recursos naturales, obtenidos de plantas/insectos, aporta grandes beneficios al desarrollo sostenible. Para cooperar con la sustentabilidad, se iniciaron campañas que intentan generar conciencia en la sociedad para el empleo de estos colorantes en los teñidos de las prendas, utilizados por las fábricas textiles. Informando que proporcionan un menor grado de contaminación para el medio ambiente y evitan que los seres humanos corran el riesgo de intoxicación a causa de colorantes de síntesis química.

Muchos científicos comprueban esta mala utilización de recursos, perjudicando gravemente al medio ambiente. Desde hace varios años, la Doctora Barragán Huerta (investigadora de ciencias biológicas), diseña sistemas para eliminar los contenidos tóxicos en el agua y tiene como objetivo principal, transferirlo a la industria textil.

Telas orgánicas

Micaela Addamo, María Piñero Fogelstrom y Claudia Velez Sánchez

La sustentabilidad ambiental hace referencia al cuidado de los bienes y servicios ambientales, de manera que sea posible el bienestar de la población actual y no se perjudique la calidad de vida de las generaciones futuras.

Con respecto a la moda, durante años se han investigado nuevas técnicas y formas de fabricación para que las telas sean lo más sustentables posibles. Gracias a expertos y científicos se pudieron crear las llamadas Telas orgánicas que cumplen la misma función que las comunes pero no degradan ni contaminan como éstas.

Para contribuir con el medio ambiente muchos diseñadores y marcas reconocidas del ambiente tuvieron lugar en diferentes campañas en las que trabajaron con diseños sustentables por ejemplo con joyería realizada con metales reciclados.

Actualmente hablar de sustentabilidad en la moda empieza a convertirse en tendencia mundial. Esto no solo significa lo que involucra el proceso productivo, sino también, al uso más responsable por parte del consumidor.

Papel piedra

Martina Giordano, Carolina Herrera y Caterina Trama

Ser sustentable significa ser capaz de utilizar los recursos naturales de la tierra sin comprometer el futuro. Tenemos que tener en cuenta el término sustentabilidad ya que, a raíz de que no cuidamos nuestro planeta, se producen bruscas variaciones climáticas. Estas se generan por diferentes causas pero la que a nosotras más nos interesa analizar, es la deforestación. La tala indiscriminada de árboles para producir altas cantidades de papel es alarmante, la pérdida de árboles

trae grandes consecuencias. Para frenar la tala de árboles, nos interiorizamos en lo que tiene que ver con la elaboración del papel común y el papel reciclado. El papel común puede provenir de árboles, sobras como por ejemplo aserrín y del papel reciclado. Este último, es elaborado de forma sustentable, reutilizando el papel convencional.

En Estados Unidos se ha creado otra forma totalmente diferente de papel llamado TerraSkin o papel piedra. Está compuesto por yeso, caliza y mármol mezclado con resina. Aunque tiene poca durabilidad (de 6 a 9 meses), es un tipo de papel altamente sustentable. En su proceso de elaboración, no se utilizan químicos ya que no requiere de agua ni blanqueadores, pues es blanco desde su origen. (Ver trabajo completo en p.)

Iluminación sustentable

Gonzalo Bianchi y Juan Devoto

A lo largo de la historia se ha desarrollado una diversidad de herramientas que facilitan comodidades domésticas a través del consumo de energía eléctrica. En la actualidad dicho consumo alcanza niveles significantes de producción y demanda, afectando con su producción la ecología ambiental a nivel mundial. Mediante la presente investigación, se plantea una forma de aprovechamiento de la energía en el ámbito de la iluminación en un ambiente cerrado, resultando ser una vía alternativa y sustentable, logrando así una reducción en el consumo de energía y su respectiva contaminación. Para ello se recomienda el uso de tres tecnologías: paneles solares y fotovoltaicos, lámparas de bajo consumo de Inducción Electromagnética y el aprovechamiento de la luz natural proveniente del exterior mediante un estudio de arquitectura. La utilización de las mismas puede llevarse a cabo individualmente, pero si se logra una combinación, se disminuye relativamente el consumo de energía en un ambiente cerrado. (Ver trabajo completo en p.)

El lápiz de la vida

Felicitas Corradi, María Teresa Morales Maida y Luis Piñero Rea

El lápiz de la vida es un lápiz ecológico que cuenta con tres semillas en su interior, las cuales han sido elegidas por su fácil crecimiento en el clima de Argentina, para lograr una cosecha exitosa y en poco tiempo, además de que ocupe poco espacio y pueda ser utilizada en espacios pequeños.

Es una alternativa sustentable en relación al lápiz común porque contamina menos, durante su producción se eliminan o se reducen procesos químicos indeseados como la tala indiscriminada de la madera, el PVC que puede resultar cancerígeno, y el diseño que en sí contiene pinturas con plomo tóxico, estos elementos pueden llegar a ser nocivos para la salud y también para el medio ambiente en general.

La madera sería reforestada y reciclada, y con esto crearíamos una conciencia ambiental en la sociedad, demostrando que debemos consumir conscientemente y apreciar lo que la madre naturaleza nos brinda y generando fuentes de alimentación que pueden ser aprovechadas por personas o animales.

Serigrafía al agua

Ignacio Martínez, Esteban Izurieta Robalino y Sofía Fernández Ursini

En la industria gráfica son muchos los contaminantes ambientales. Estos incluyen una combinación de procesos, junto con una gran variedad de técnicas de impresión como litografía o serigrafía, que contaminan mediante emisiones contaminantes asociadas al manejo de solventes y tintas, residuos líquidos y residuos sólidos. En general los residuos típicos generados por estas áreas, son reveladores y fijadores, latas de aerosol, residuos de tintas con componentes peligrosos, solventes contaminados con tinta, trapos para limpieza y aceites lubricantes para la maquinaria, no dejando atrás la gran contaminación generada por las emisiones atmosféricas. Estas son en parte causadas por el uso de solventes y de diluyentes de tintas. Por otro lado, también el uso de pegamentos y gomas en la etapa de publicación como por ejemplo el tolueno son de gran contaminación ambiental.

En cuanto a los residuos líquidos, su contaminación es en parte generada en las etapas de proceso de imágenes e impresión, siendo los principales contaminantes, las aguas de lenguaje, los compuestos reveladores y los aceites lubricantes. En cuanto a la serigrafía en sí, es una técnica de impresión empleada en el método de reproducción de documentos e imágenes sobre cualquier material, y consiste en transferir una tinta a través de una malla tensada en un marco, en el que el paso de la tinta se bloquea en las áreas donde no habrá imagen mediante una emulsión o barniz, quedando libre la zona donde pasará la tinta.

Es un sistema de impresión repetitivo, ya que una vez que se logra un primer modelo, la impresión puede ser repetida cientos y miles de veces sin perder definición.

En cuanto a su origen, este es milenario. Si bien no hay datos exactos, se cree que se remonta a la antigua China, en la que según una leyenda utilizaban cabellos de mujer entrelazados a los que les pegaban papeles, formando dibujos que luego se laqueaban para que quedaran impermeables. Posteriormente se cambió el material por la seda, de ahí proviene su nombre: *sericum* (seda, en latín) *graphe* (escribir, en griego). De allí entonces, aparecen las primeras serigrafías sobre papel (carteles publicitarios) en Estados Unidos en 1916, siendo la primera patente concedida para Selectasine en 1918.

Cine y teatro ecológico

Araceli Fiorentino, Michelle Castrillón y Michelle Noboa Loor

El objetivo principal del trabajo es señalar el concepto de sustentabilidad ligado a la ecología y medios audiovisuales de comunicación, los beneficios que puede acarrear si todos los seres humanos empezamos a crear conciencia ecológica desde la niñez, además de cambiar y frenar el impacto negativo de las costumbres humanas que han dañado seriamente al medio ambiente. A la hora de hablar directamente con la razón son el cine y el teatro ecológico quienes logra una mayor penetración debido a su contenido y su lenguaje audiovisual apelando a diferentes recursos ya sea imágenes, sonidos o incluso olores en el caso del teatro. Mediante el recorrido del surgimiento e historia de ambos intentaremos evidenciar y sostener la hipótesis de que en los últimos años, estos, han generado un impacto positivo en la sociedad y el medio am-

biente, donde cada vez, más personas se suman y apoyan esta propuesta ecológica.
(Ver trabajo completo en p.)

El uso de las pieles en la industria textil

Carla Depauli, Martín Díaz Castaneda y Erika Santiváñez Santiváñez

El tema de investigación que decidimos desarrollar es El uso de las pieles en el mundo textil, mediante dicho trabajo se ha descubierto los distintos cambios que se han dado mediante el transcurso del tiempo y como ha ido evolucionando.

En el trabajo se verá tanto el porqué del comienzo del uso de las pieles, sus inicios (desde la prehistoria hasta la actualidad) desarrollando el proceso para la obtención de pieles, comenzando por la clasificación del peso, curtido, clasificación, división de las mismas, recuertido-teñido, estirado, ablandado, acabado hasta el prensado de las mismas.

Uno de los temas importantes a explicar será, sobre las cuestiones ambientales y salud pública. Desarrollando la contaminación que causa las mismas en el medio ambiente justo a sus prevenciones. Mediante diferentes campañas publicitarias se ha logrado concientizar a las personas tanto por el uso de las pieles, lo que causa en el medio ambiente como la preservación de los animales.

Los envases que necesita el medioambiente

Ignacio Iñer y Mateo Montes

Los residuos que se generan en el día a día repercuten negativamente en el medioambiente, produciendo el deterioro y la destrucción del mismo, dando lugar al fenómeno conocido como impacto ambiental. El hombre mismo es el responsable de dicho problema pero a pesar de todo, también puede ser su solución.

Desde el diseño se plantean distintas soluciones para tratar de reducir y revertir el daño humano, entre ellos, la reutilización de envases o el uso de envases biodegradables que no contaminen ni repercutan sobre el medioambiente. De esta forma puede un consumidor diario utilizar una botella de agua por semana en lugar de una por día, o incluso comer su snack favorito en bolsas que se desintegren al cabo de unos días.

Las posibles soluciones a la problemática son generar conciencia entre productores y consumidores acerca del impacto que tienen los residuos que ellos producen, y fomentar el uso de productos y/o materiales que favorezcan al medioambiente, ya sea aplicando y utilizando bolsas biodegradables, envases reutilizables, botellas de agua de aluminio reciclables, entre otras alternativas.

(Ver trabajo completo en p.)

Incentivo a la utilización de bolsas ecológicas

Lucila Buscarini, Julieta Morassut y Geraldine Rosales Werkmeister

El hombre ha utilizado una variedad de materiales que han ido cambiando su estilo de vida. Estos materiales han dado lugar a tecnologías cada vez más desarrolladas. Entre estos materiales están los plásticos que acompañan al hombre en la vida

diaria con su presencia en casi todos los sectores, contribuyendo a formar un estilo de vida, modificando profundamente casi todos los procesos industriales, siendo estos utilizados en muchas aplicaciones.

La bolsa plástica es símbolo de la comodidad: nos sirve, entre cientos de usos, para llevar los productos del supermercado y negocios, como recipiente de la basura, etc. Infortunadamente, este elemento disponible y de enorme utilidad es, también, símbolo de la degradación ambiental. Los plásticos no son biodegradables, sus residuos, así como los objetos de plásticos inservibles, tardan muchos años en descomponerse siendo por lo tanto una importante fuente de contaminación para el hombre, la fauna en general y la vegetación. Evitar la contaminación del suelo por medio de plásticos, nos beneficiaría mucho, porque el plástico no es biodegradable y tarda mucho tiempo en degenerarse.

El papel como recurso ecológico

Doeschka Hojijnck

Para mi investigación he elegido el tema: el papel como recurso ecológico e involucra el estudio del impacto del papel en el medio ambiente, la deforestación y la sustentabilidad en diseño gráfico.

Comienzo explicando de dónde viene el papel, cómo se usa, los efectos del uso del papel, los daños que causa la tala de los árboles y la deforestación y otras causas de ese efecto.

Se investigara la relación entre el diseño gráfico y la sustentabilidad. Asimismo, se muestran formas de pensar y opciones para tener en cuenta por los diseñadores en relación con la sustentabilidad.

Se plantean los objetivos generales y específicos, la hipótesis y el diseño de la investigación en donde se organiza una entrevista con el fin de comprobar la hipótesis.

Como conclusión; es posible mejorar el uso que se le da al papel en diseño y personalmente con otras elecciones diarias y eligiendo otras formas de pensar, buscando un equilibrio entre la sustentabilidad y el medio ambiente.

La industria del plástico, un enemigo del medio ambiente

Camila Ronchietto Meilan y Agustina Somma

Vivimos en una sociedad donde casi todo lo que nos rodea está hecho con plástico. Uno como consumidor de estos productos no está al tanto lo que los desechos de este material pueden causar. Si bien hablamos del plástico en relación con la sustentabilidad, se puede decir que este material no tiene esta cualidad ya que no se puede mantener por sí mismo, sin ayuda exterior, y sin agotar los recursos disponibles. El plástico proviene del petróleo, y esto es sumamente contaminante, por eso cuando hablamos de este material, es decir el plástico, lo vemos como una amenaza para el medio ambiente, la biodiversidad y la sociedad. Aunque muchos de estos desechos sólidos pueden ser reciclados, este material tarda aproximadamente 200 años en biodegradarse. La mayoría de los plásticos que utilizamos a diario y desechamos siguen en la tierra y por más que desaparezcan del entorno terminan en el medio ambiente. Es por esto que se están inventando nuevas técnicas y soluciones para poder combatir con esta pro-

blemática. Muchos diseñadores hoy en día buscan la manera de poder diseñar y construir objetos con plásticos reciclados, y de este modo fomentar el reciclaje, el reúso y el renovado de este material.

Docente: Mariana Bavoleo

Abstract del docente

Se parte de una idea simple: investigar es ante todo una búsqueda con el propósito de abordar, indagar, describir y/o explicar problemas o procesos que abordan algún aspecto de lo real. Sin embargo, cuando se trabaja sobre la investigación en el aula no sólo se hace referencia a las estrategias concretas de enseñanza sino a una cierta manera global de enfocar los mismos procesos de enseñanza-aprendizaje.

Esto permite entender a la investigación de una forma compleja, como una metodología y un recurso puntual, pero también como un principio didáctico que abarca diferentes recursos de intervención como la exploración del entorno, la indagación sobre objetos reales, la transmisión oral del docente y el trabajo con documentos escritos, entre otros.

En el marco de la materia Introducción a la Investigación, se despliega el Proyecto Pedagógico Jóvenes de Investigación y Comunicación. Las siguientes producciones intentan explorar lo emergente en el campo del diseño y la comunicación; las temáticas específicas abordadas en cada una de ellas son versátiles cómo la disciplina misma.

Producción de los estudiantes

Neumática, nuevas tendencias en el uso del caucho para el diseño de accesorios sustentables

Agustina Alegre, Micaela Villalba y Andrea Mertens Ibáñez

En la presente investigación se abordará el tema del uso de materiales reutilizables o sustentables basándose puntualmente en la marca Neumática, quien realiza una serie de accesorios realizados con caucho en desuso obtenido de ruedas de camiones, autos, bicicletas, etc. La elección de la temática surge de la necesidad de indagar sobre los nuevos usos del caucho, un material noble y con el que se puede lograr objetos con diseño cuidando el medio ambiente.

En los últimos años han surgidos diversos cambios climáticos producto del calentamiento global, la mala disciplina del ser humano en cuanto al reciclaje y el cuidado del planeta, y diversos factores que generan que todos los aspectos relacionados al consumo consciente y la sustentabilidad estén en pleno auge.

El objetivo general será analizar el diseño de los productos que ofrece la marca Neumática y evaluar si los nuevos usos del caucho determinan o condicionan el proceso creativo de accesorios.

(Ver trabajo completo en p.)

María Vázquez y Cuesta Blanca: un análisis comparativo de las campañas publicitarias de moda

Izumi Barriga Kamisato y Samanta Seminario Salomon

Este proyecto tiene como objetivo comparar las campañas publicitarias de las dos últimas temporadas: otoño-invierno 2013 y primavera-verano 2014. Somos estudiantes de moda y comunicaciones por lo que nos interesa el ámbito de indumentaria y su propuesta hacia el mercado al que va dirigido. Si bien hay muchas investigaciones sobre campañas publicitarias de moda, creemos que faltan aportes sobre las campañas argentinas.

Contaminación publicitaria: análisis sobre su relevancia comunicacional

Julián Hodari, Ignacio Millares y Sebastián Vivares

Nuestra investigación está basada en la contaminación publicitaria, en el ámbito de la capital federal. Creemos que es un tema importante ya que afecta a todas las personas que cotidianamente van por la vía pública, miran televisión, escuchan la radio o usan internet. La contaminación publicitaria está vigente en casi todos los medios que usan las personas y por eso también nos pareció importante investigar cómo afecta a las empresas que transmiten estas publicidades y qué medida son exitosas.

MALBA: las estrategias comunicacionales y publicitarias para atraer artistas internacionales a Buenos Aires

Laura Duque Pradilla y Roxana Marquez Acosta

El objetivo de este proyecto es analizar cómo funciona la comunicación institucional del MALBA, tomándolo con la postura de institución que fomenta la diversidad cultural y artística. De esta manera se abordarán las estrategias de publicidad y marketing en una de las instituciones que fomenta la diversidad cultural y artística.

Las instituciones como los museos son importantes dentro del campo disciplinar del arte, debido a que por medio de estas es que los artistas logran exponer sus obras e internacionalizarlas. Existen escritos y estudios que respaldan el hecho de que Buenos Aires es una ciudad con diversidad artística, pero puntualmente no se conoce cómo funciona, el sistema publicitario y promocional del MALBA en el exterior como método de atracción para los artistas.

Docente: Natalia Borghini

Abstract del docente

Uno de los objetivos principales que tiene esta asignatura tiene que ver con el abordaje de problemáticas actuales en los campos disciplinarios de los estudiantes, que les permitan realizar sus primeras actividades de investigación vinculadas

con el ámbito profesional. Para esto, se les solicita a los estudiantes que realicen indagaciones sobre temas que sean de interés personal y profesional dentro de sus disciplinas. La propuesta es que puedan aportar al conocimiento de sus futuros campos profesionales a partir del análisis de casos concretos e innovadores. Teniendo en cuenta que están comenzando sus carreras, el primer desafío consiste en seleccionar un tema relevante y a la vez novedoso. En este sentido, desde la materia, se los orienta a que busquen temáticas emergentes y que desarrollen cuestionamientos críticos de sus preconcepciones con la ayuda de docentes de la facultad. Se valoran las ideas creativas y los esfuerzos por buscar información novedosa.

Para avanzar en la comprensión del método de investigación científico y la realización de una investigación se aborda, de manera colectiva y en el espacio del aula-taller, cada etapa de la investigación clase a clase. En un primer momento se trabaja con la selección y recorte de un tema novedoso, relevante y factible. Luego, la construcción de los objetivos de investigación y sus preguntas. Esta primera etapa es la más compleja ya que los alumnos deben identificar temas y problemas que sean novedosos, no trabajados por otros autores, y que a la vez sean realizables en el marco del proyecto propuesto. Por este motivo, se destinan 2 clases a la formulación de los objetivos y, a medida que se avanza con el resto de las etapas del proyecto, se revisan y reformulan los mismos con el fin de garantizar que se esté avanzando en dar respuesta a las preguntas iniciales de la investigación. Posteriormente, se debe realizar una búsqueda del material bibliográfico necesario para comenzar la tarea con el fin de elaborar el marco teórico y los antecedentes de la investigación. El paso previo al trabajo de campo está vinculado con la definición de la metodología y la confección de los instrumentos de recolección y análisis de información que los estudiantes deben relevar, con el fin de afinar la búsqueda de la información necesaria. Luego, se espera que los mismos realicen un trabajo de campo empírico acotado y que por último, puedan analizar conceptualmente los hallazgos empíricos de sus investigaciones y presentar oralmente sus resultados.

El principal objetivo esperado es que los estudiantes, a través de la investigación, se familiaricen con productos, marcas y creativos contemporáneos, así como con debates, conceptos y tendencias emergentes; en nuestro país y en América latina.

Producción de los estudiantes

¿Qué lugar ocupa el cine de autor en las nuevas producciones nacionales argentinas?

Christian Steven Laguasy Carrillo y Pamela Juliana Guppy Shannon

El tema de esta investigación está vinculado con el lugar que ocupa el cine de autor nuevo en Argentina, su evolución, géneros y principales referentes. Este tema aporta al conocimiento, en la medida en que analiza el éxito del cine de autor y sus principales referentes en el país.

Los principales objetivos de esta investigación son:

- Analizar la evolución del cine de autor argentino comparando dos directores actuales y uno clásico.
- Indagar el éxito de las producciones de nuestros referentes en comparación a la media del cine nacional.

- Indagar los géneros con los que más trabajan los referentes elegidos para ver si esto es una marca de su sello.

Algunas de las preguntas que guiarán la investigación se proponen comprender quiénes son considerados los principales referentes, tanto del nuevo cine de autor como del clásico en Argentina; por qué se considera que hacen cine de autor los principales referentes del movimiento; qué características presentan sus producciones; a qué conclusión se llegaría al compararse el cine de autor clásico con el nuevo; si existe algún género de preferencia de los directores de cine de autor escogidos y, por último, indagar si han llegado al área comercial/taquillera alguna producción de cine de autor de los directores escogidos.

Las mujeres directoras: talentosas e independientes

Mercedes Orfila y Cynthia Yasmin Lares

El tema de nuestra investigación es la mujer como directora en el cine argentino. Creemos que es relevante ya que el cine en la Argentina está creciendo cada día más, y consideramos que es importante enfocarse en la mujer en su rol como directoras y así también poder destacar que lograron imponerse con el paso del tiempo. Además, con esta investigación aportamos información al campo cinematográfico, en el cual estamos interesadas y nos motiva investigar al respecto.

Para realizar nuestra investigación nos hicimos las siguientes preguntas:

¿Qué lugar ocupan las películas de las directoras en el cine argentino desde el año 2006 hasta el 2013?

¿Qué lugar ocupa el feminismo en las películas de las directoras argentinas?

¿Qué impacto tienen las películas de las directoras argentinas en comparación a la de los directores?

Nuestros objetivos son explorar las temáticas y géneros por los cuales se inclinan las directoras de cine argentino, recurriendo a textos como el de David Oubiña (2007) Estudio crítico sobre La ciénaga. Entrevista a Lucrecia Martel, entre otros que nos permitan reconocer de palabras de las directoras los motivos de la elección de sus temáticas, etc.

Otro objetivo es indagar qué lugar ocupa el feminismo en las películas de las directoras argentinas viendo si hay aspectos de nuestra definición de feminismo en las películas y entrevistando a alguna directora argentina.

Por último, comparar el impacto de las películas de directores y directoras, analizando su repercusión, el tiempo en cartel y/o la cantidad de espectadores y comparándolas.

La postproducción cinematográfica argentina en la era digital: edición y capacitación

Gabriela Zamora

La digitalización ha posicionado a los medios audiovisuales sobre otros medios de comunicación, afectando su aspecto, su presentación, y la incorporación de las imágenes en el mundo. Sin duda, uno de los medios que más rápido ha implementado su potencial ha sido el cine. El siguiente trabajo abarca el impacto del cine digital en la post-producción cinematográfica argentina de los últimos quince años, dado que ésta es la fase en donde existe un mayor desarrollo tecnológico (softwares). En este sentido, resulta muy importante com-

prender las ventajas de implementar la tecnología digital en la industria local. Al mismo tiempo, puede llevar a las entidades educativas a preparar mejor a los estudiantes que se incorporan a este nuevo cine digital en desarrollo en la Argentina. El objetivo general de esta investigación es analizar el impacto de la digitalización en la post-producción cinematográfica argentina en los últimos 15 años. Específicamente describir la evolución de la edición como consecuencia de la digitalización y comparar el cambio en la capacitación del personal causado por la digitalización.

(Ver trabajo completo en p.)

Docente: Florencia Bustingorry

Producción de los estudiantes

Ceremonial y protocolo. El caso del acto de asunción de Cristina Fernández en Argentina

Arianna Bersabe Alas Hernandez, Micaela Gonzalo y Valeria Carpanetti

En este trabajo estudiaremos los pasos del ceremonial presidencial de la República Argentina basándonos en el caso de la asunción de Cristina Fernández de Kirchner del año del 2011. Indagando que pasos se realizaron, si hubieron errores contra produciendo lo establecido en el decreto número 2072.

Se considera relevante para que en este tipo de actos el encargado de su organización y sus participantes consideren los pasos que deben realizar para que el acto se lleve a cabo con la mayor expectativa posible; de manera que planeamos abordar nuestro tema de investigación con el método de observación.

Talleres clandestinos y trabajo esclavo en la Industria de la indumentaria en Argentina

Victoria Ferreira y Karina Smeke

En el presente trabajo el tema a investigar son los talleres clandestinos y el trabajo esclavo en la Industria de la indumentaria en Argentina; haciendo hincapié en la reconocida marca nacional Kosiuko, cuyo objetivo principal es: analizar cómo afectan las denuncias realizadas por trabajos ilegales a la imagen de la mencionada marca.

En función del objetivo general de la investigación la metodología se divide en dos etapas:

1. Exploratoria cualitativa: en un marco de ideas generales, donde hicimos una revisión de bibliografía, publicaciones de periódicos, trabajos anteriores sobre el tema y una entrevista a un informante clave.
2. Técnicas cuantitativas: encuestas.

Para poder llegar al objetivo general, tuvimos que indagar entre el trabajo informal y el trabajo esclavo, si bien ambas problemáticas se encuentran dentro del sector, son completamente distintas y como tales, ameritan abordajes diferentes. Entendemos que es un tema que nos compete a toda la sociedad, ya que de una u otra manera estamos relacionados

a las empresas, es por eso que se torna imprescindible que todos los grupos de interés se involucren con el mismo.

Los eventos organizados por la Universidad de Palermo

Julieta Pellegrini y Sabrina Crudo

La Universidad de Palermo cuenta con diferentes tipos de eventos con el fin de beneficiar a la comunidad universitaria. Entre ellos podemos encontrar charlas dadas por artistas famosos y reconocidos profesionales de diferentes áreas, emprendedores; talleres que son dictados por profesionales, docentes de la facultad de diseño y comunicación e invitados especializados en cada temática a desarrollar con el objetivo de ofrecer excelencia a nivel académico; clínicas ejecutivas; exposiciones; micro-talleres; entregas de premios; jornadas; plenarios; presentaciones de libros; seminarios; entre otros. En relación con esto, haremos diferentes tipos de encuesta a los alumnos de dicha facultad, con el fin de poder determinar cuál es el impacto que genera sobre ellos los eventos organizados por la Universidad de Palermo.

Muchos de los estudiantes activos en la Facultad de Diseño y Comunicación pueden aprovechar cada uno de los beneficios que la institución les brinda y sacar ventaja de ello, pero así y todo, cierta cantidad de los mismos deciden no participar. En las encuestas que llevaremos a cabo también cubriremos dicha investigación, teniendo en cuenta que es importante saber el por qué prefieren no abordar tales beneficios. Por medio de este método podremos saber: la cantidad de estudiantes que participa de los eventos organizados por la Universidad de Palermo, el motivo de aquellos que prefieren no asistir, y el impacto que genera cada evento en los alumnos que se comprometen con su asistencia y perseverancia.

(Ver trabajo completo en p.)

El rol del Planner

Lisbeth Ramos Brito y Diego Jiménez Guadarrama

La siguiente investigación se tratará acerca del papel que desempeñan los planner dentro de las agencias de publicidad; llámese planner al director de planeamiento estratégico que tiene bajo su responsabilidad mantener y equilibrar cada uno de los departamentos y tácticas a llevar a cabo dentro de una agencia de publicidad, una vez que se inicia una campaña publicitaria de determinado anunciante.

Esta investigación será de tipo exploratoria ya que no existe suficiente bibliografía con respecto al tema, y será abordada a través de los pocos textos existentes y analizando la entrevista realizada.

Entre los objetivos que se persiguen a partir de esta investigación, estarán:

- Indagar las actitudes y virtudes que debe poseer un planner.
- Analizar las funciones que cumplen dentro de la agencia y durante una campaña publicitaria.
- Conocer qué tipo de decisiones debe tomar.
- Detallar todo el proceso de planeamiento estratégico que gira en torno al planner antes, durante y después de una campaña publicitaria.

Docente: Jorge Couto

Abstract del docente

Nuevamente en esta cursada hemos planteado el debate grupal como matriz de aprendizaje, de esta forma todos los alumnos de la cursada se nutren pensando y corrigiendo los enfoques de forma colectiva, apelando por consiguiente a una inteligencia interpersonal y propiciando la práctica de posturas argumentativas y reflexivas.

El planteo de la cursada fue generar dos trabajos individuales y dos grupales. El primero tuvo que ver con la comprensión de un texto académico, con esto se buscaba ver el nivel de comprensión de los alumnos y la forma de escritura para luego trabajarla con la intención de que se adapte al mundo académico. El segundo trabajo consistió en que todos presenten un posible problema de investigación. Por otro lado en el tercer trabajo los alumnos se dividieron en grupos, eligieron uno de los problemas de investigación que desarrollarían y luego presentaron el proyecto definitivo de investigación. Por último, y tras varios debates que se generaron colectivamente, tuvieron que desarrollar un capítulo de la investigación final, con esto se buscó incentivarlos a que se presenten en el primer llamado del final.

En el transcurso del cuatrimestre tratamos de desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo acerca de las construcciones e imaginarios sociales que nos rodean y se nos ofrecen como cosas dadas y cotidianas, prestando particular atención a los fenómenos emergentes.

Producción de los estudiantes

Las influencias retro en los eventos de la red carpet

Natalia Nuño y María Agustina Orellano

El trabajo propone primero hacer una definición del concepto *retro* en la moda y luego observar sus influencias en dos importantes eventos: MTV Music Awards y Teen Choice 2013. Tomarán estos dos eventos con *red carpet* debido a que allí participan conocidos actores, cantantes y famosos a nivel mundial, por ende son personalidades que pueden llegar a marcar tendencia en la moda (a su vez son eventos muy difundidos a nivel global). Estos eventos son relevantes para el trabajo debido a que en el 2013 hubo gran cantidad de participantes con un marcado estilo retro.

Ley de talles y su aplicación en los locales de ropa de Portsaid y Ayres

Analaura Nieva y Paola Maldonado Castro

Desde el nacimiento de la ley de talles, con todas las regulaciones que acarrea, en la Argentina ha tenido niveles bajos de acatamiento e instrumentación. El grupo plantea como problema de investigación describir los niveles de adaptación a la norma de los locales de Portsaid y Ayres de la calle Santa Fe. Un ejemplo de las nuevas regulaciones es que los locales deben tener nueve talles y en las etiquetas deben estar incluidas las medidas de las prendas, entre otras cosas.

Deserción universitaria, la exploración de un caso

Indira Beneitez Cayre, Angela Elisa Fernandez Boixados y Emiliano Saenz

Este grupo plantea como problema de investigación el hecho de indagar sobre las variables decisivas de abandono universitario en la facultad de psicología de la Universidad de Buenos Aires. Como el objetivo de la investigación es sólo explorar e identificar las variables importantes que inciden en la deserción, tomarán como población un pequeño grupo de alumnos de dicha facultad.

Influencias del punk en las alumnas de diseño e indumentaria en la UP

Lucía Gramajo y Cristian Peñaloza

El grupo plantea poder analizar las influencias de punk en la vestimenta y los peinados de las alumnas de la carrera de diseño e indumentaria de la UP, para ello realizarán observaciones y relevamiento fotográfico con la intención de describir y analizar cómo son las influencias del punk en las ellas.

Uso de las pieles en la Argentina: el análisis de Alló Martínez

Francisca Biré y Diego Ramirez Peñuela

Se analizará el uso de las pieles en la marca Alló Martínez en la última temporada de invierno, para ello se observará en el desfile de lanzamiento de la temporada, el diseño de algunos locales y sus vidrieras. El trabajo plantea la idea de poder discernir si la marca exhibe de forma diferenciada el uso de las pieles en los locales que tienen en los Shopping de Alto Palermo y Paseo Alcorta.

Docente: Patricia Bárbara Flores

Abstract del docente

El objetivo principal de la asignatura es que los alumnos adquieran el caudal de conocimientos elementales para el diseño y el desarrollo de un proyecto de investigación como parte de su plan de carrera y de sus intereses profesionales.

La dinámica de cada clase se divide en dos momentos. Una primera parte, en la que se enseñan los contenidos teórico-conceptuales de los módulos temáticos/unidades y, una segunda parte, en la que los estudiantes aplican los conocimientos adquiridos mediante el cumplimiento de las pautas indicadas en los trabajos prácticos (6 en total y, cada uno, representando los pasos que conllevan al producto pedagógico final: la Investigación con sus cuerpos A, B y C).

En un primer momento, los alumnos van desarrollando la Investigación mediante la consulta de fuentes de información secundarias y la escritura de un plan de trabajo. Esto implica, una elección temática, el planteo de un problema, y la elaboración de interrogantes y de objetivos para orientar los pasos a seguir como aporte analítico.

Se propone la revisión de fuentes bibliográficas para conocer las principales argumentaciones y conceptualizaciones sobre el fenómeno abordado (estado de la cuestión). Se sugiere evaluar la posibilidad/disponibilidad de acceso a fuentes de información de interés, como criterio de acotación del tópico y del objeto de estudio. Asimismo, los estudiantes consultan tres Proyectos de Graduación DC a ser citados en el cuerpo del trabajo y referidos en la bibliografía bajo la norma APA.

En un segundo momento de la asignatura, se promueve la interpretación del problema de estudio y la concreción del diseño de investigación (escribir la estructura del contenido para darle cuerpo como unidad).

Para estimular el análisis de los resultados por capítulos, se prosigue con la identificación de la metodología a emplear, si es un trabajo exploratorio, descriptivo o explicativo, y las técnicas de relevamiento empleadas: cualitativas, cuantitativas o triangulación, entre otras variantes. Los estudiantes desarrollan la introducción como *background* o preámbulo que justifique la importancia del problema de estudio en el contexto social, político, empresarial, disciplinario o cultural de indagación y, finalmente una conclusión, con proposiciones empíricas e interrogantes abiertos a la reflexión a futuro.

Producción de los estudiantes

La inserción de la publicidad en las redes sociales: Facebook y Twitter

Nicolás Ignacio Muñoz, Mailen Rocca, Thomas Eduardo Hearne Sovero y Andrés Felipe Díaz Delgadillo

El objetivo general del trabajo es realizar un análisis sobre la evolución de las nuevas estrategias de comunicación a partir de la aparición de las redes sociales; específicamente Facebook y Twitter. Se quiere demostrar cómo, esta inserción y nueva modalidad de publicidad ha logrado facilitar una relación más cercana entre el consumidor y el producto o servicio.

La publicidad ha atravesado durante estos últimos años un cambio notorio al tener que evolucionar paralelamente con las redes que fueron surgiendo mediante el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's). A partir de esto, los diferentes tipos de difusiones comerciales encontraron un beneficio en estos espacios por la magnitud de público que manejan.

Creemos importante abordar esta temática por la relación directa que tiene con la carrera que elegimos. Consideramos de vital importancia académica la proliferación de trabajos que aborden la manera en que la globalización y la implementación de nuevas tecnologías en la publicidad, influyen comercialmente en la utilización de espacios virtuales.

Desarrollo de la moda orgánica: uso de pieles dentro de la industria textil y de la indumentaria

Antonio Enrique Emanuele Feuillebois, Martina Fiorioli y Estefanía Lorena Lopez Florido

En esta investigación se abordará como tema de interés el desarrollo de la moda orgánica analizando a su vez la erradicación del uso de pieles dentro de la industria textil y de indumentaria. Como objetivos principales tomaremos en consideración el origen de la industria de la moda eco sostenible u orgánica,

su aceptación dentro de la sociedad contemporánea, y su actual posición dentro del mercado; la consecuencia que esto ha generado dentro del mercado de pieles de lujo; y los más notorios incidentes que han ocurrido con el paso del tiempo relacionado con el uso de las mismas.

Para esto, en primer lugar presentaremos una breve introducción de los inicios de la moda orgánica analizando el por qué de su razón de ser, su impacto económico y social, su posicionamiento sociocultural tomando en cuenta su longevidad como industria presentando a Stella McCartney como casa de moda exitosa y pionera de esta industria. En segundo lugar analizaremos la utilización de pieles de animales dentro de la moda, su consecuencia ambiental y sociocultural, su posición dentro de las colecciones actuales de varios diseñadores contemporáneos, y las distintas organizaciones que han luchado para erradicar esta cruel industria. Como tercer y último capítulo, mencionaremos las distintas controversias relacionadas con el uso de pieles por parte de personalidades reconocidas, y la reacción que dichas controversias han producido en nuestra sociedad.

Evolución del género erótico en el cine

Tadeo Alejo Berdasco

En esta investigación se busca realizar una contribución al conocimiento acerca del género erótico, ya que todos conocemos la terminología de erotismo y lo que conlleva, pero en tiempos de cambios culturales y de formatos de percepción y de acción simbólicos, es necesario realizar una continua revisión reflexiva sobre los mismos.

Entre los interrogantes que guían la investigación se encuentran el de: ¿Cuáles son los inicios de este género tan conocido?; ¿Desde cuándo existe?; ¿Qué diferencias hay entre el erotismo y la pornografía? De esta manera, intentaremos destigmatizar al género, rescatando la visión artística, histórica y dándole un contexto social para comprender así su existencia. (Ver trabajo completo en p.)

Evolución de la música electrónica: de los años 80 a la actualidad

Luis Felipe Cardenas Marquez, Tomás Caranzano y Candelaria Martinez

La presente investigación busca conocer la evolución de la música electrónica desde los años 80 a la actualidad.

Para esto, se propone brindar un panorama descriptivo de los principales avances tecnológicos que ayudaron a la creación de nuevos géneros y nuevas tendencias musicales.

Asimismo, se busca lograr la meta explicativa de analizar el impacto de esta música en base a la percepción de los jóvenes y de las distintas tribus urbanas que fueron dando el aval a estos nuevos sonidos y su composición.

Análisis de la influencia publicitaria actual sobre la alimentación de la sociedad argentina

Vanina Alejandra Pinzán y Luciana Rios Stay

El tema principal de la investigación radica en conocer la relación existente entre salud y medios de comunicación. Para

esto, nuestro objetivo principal es explorar el impacto que ejercen estos canales comerciales masivos sobre la calidad alimenticia de los ciudadanos.

Se analiza la influencia visual y simbólica causada por las publicidades gráficas, comerciales y de packaging, citando para esto a diversos autores.

Asimismo, se explora la percepción de un conjunto de consumidores respecto al tipo de productos adquiridos en lo cotidiano, paralelamente indagando el nivel de incidencia de este perfil de consumo por parte de la publicidad (acción de compra). Finalmente, a través del análisis de campo nos daremos cuenta si el consumidor tiene conciencia de los alimentos que consume y como pueden afectar o ayudar a su sistema inmunológico.

(Ver trabajo completo en p.)

Evolución del zapato femenino desde la década de 1960 a la actualidad

Fernanda Arruda Trevisan, Freddy Andrés Rosero Lansilot, Agustina Lucila Volpe Machin y Clementina Magistrelli

A través de este trabajo tenemos como propósito conocer la evolución de la moda de los zapatos femeninos desde la década de 60 a la actualidad.

Analizaremos los principales estilos de determinadas décadas y la creación y el uso de diversos y nuevos materiales. La investigación se enmarca en escenarios culturales que dieron impulso a modificaciones en los diseños, por lo que se busca identificar los principales diseñadores de zapatos junto con los iconos del cine y de la moda, representantes de estos cambios por décadas.

Docente: Nicolás García Recoaro

Abstract del docente

En el segundo cuatrimestre de 2013, el objetivo general de la asignatura Introducción a la Investigación se enfoca en que el estudiante adquiera las herramientas y metodologías básicas y necesarias para llevar adelante una investigación académica. A lo largo de esta cursada de 2013, el estudiante plantea un problema de investigación, sus respectivos objetivos y justificación, y va desarrollando todas las etapas para conformar un informe final sobre el tópico elegido, dentro de la propuesta de abordar tendencias emergentes del diseño y la comunicación en Latinoamérica.

El objetivo primordial de la asignatura es correr al estudiante de la aletargada mirada ingenua sobre el arte, el diseño y la comunicación, despertando sus capacidades intuitivas y reflexivas sobre las tendencias emergentes latinoamericanas que lo rodean como sujeto social. Alejándolo del sentido común, de los prejuicios y ausencia de espíritu crítico, se trata de fomentar en el estudiante la capacidad de observación de su contexto permitiendo que evalúe tendencias que a su criterio puedan generar cambios y movimientos futuros en su área de desarrollo profesional.

A su vez, también se busca colaborar para capturar la vinculación concreta de cada investigación planteada con el campo profesional de interés de los estudiantes, para ir marcando un sendero que abra puertas a futuras investigaciones o proyectos profesionales.

La investigación se va desarrollando paso a paso, y con detalle, a medida que transcurre el cuatrimestre. Esto le permite al estudiante tiempo de reflexión y maduración de los conceptos planteados, a partir de una profunda pesquisa bibliográfica y la realización de observaciones y entrevistas, para llegar a las últimas semanas de la cursada con gran parte del trabajo desarrollado.

La mayoría de los estudiantes de la asignatura empieza la carrera con esta materia, y es importante brindarles una mirada auténtica y profunda sobre lo emergente (recorte temático del Trabajo Práctico Final) y lo no consagrado dentro de su profesión, desde el primer día. Novedosos aportes surgirán de la propuesta. Y el aporte disciplinar es un camino que empiezan a recorrer los estudiantes.

Producción de los estudiantes

Enseñanza de fotografía estenopeica con fines sociales. El caso del libro *Luz en la Piel*

Juan Manuel Paris

Esta investigación exploratoria y descriptiva intentará sumergirse en las cualidades de la técnica fotográfica estenopeica, los beneficios de utilizarla con fines pedagógicos y las dificultades que existen a la hora de ponerla en práctica en proyectos sociales. El trabajo intentará analizar por qué una propuesta artesanal sigue teniendo vigencia dentro del ámbito fotográfico artístico y comunicacional contemporáneo, y se la comparará con las técnicas digitales actuales. Por otro lado, esta investigación tiene como punto de partida la posibilidad de explorar un tema con relevancia para nuestra sociedad, como la fotografía abocada al servicio social. Se abordará el caso concreto del libro *Luz en la Piel*, de la asociación civil Yo No Fui, en el cual un conjunto de profesionales realizó un taller experimental dentro de la Unidad Penitenciaria Femenina N° 31, como una propuesta de expresión y comunicación entre las rejas de la cárcel. Este análisis intentará describir cómo la práctica del arte estenopeico puede ayudar en la reinserción de las personas privadas de su libertad a la sociedad, e incluirlas dentro del ámbito artístico y comunicacional.

Tipografía sudamericana en packaging: análisis del trabajo de Alejandro Paul

Julián Saenz y Carolina Arcioni

Esta investigación explicativa pretende analizar el notable florecer que vive la producción de los diseños de tipografía latinoamericanos. El trabajo posará su foco en el segmento de packaging, y se analizará la producción del diseñador Alejandro Paul. Como objetivos centrales, la investigación intentará analizar tres familias tipográficas creadas por Paul, dando una noción sobre los rubros donde se utilizan y sus características. Además, se realizará una reseña que incluirá una breve descripción de antecedentes y exponentes en el campo tipográfico. El trabajo cobra notable relevancia disciplinaria, en

un campo donde es necesario ahondar en la generación de material bibliográfico sólido para la formación académica de los profesionales ligados al diseño.

Diseño con aires ecologistas. El caso del estudio de diseño Designo Patagonia

Nadia Paolino

El trabajo de investigación de tipo exploratorio tiene como objetivo analizar una problemática ligada al cuidado del medio ambiente y el reciclaje. Este trabajo posa su mirada sobre la propuesta del estudio de diseño Designo Patagonia. El tema abordado guarda una notable relevancia por el fuerte impulso que ha tomado en los últimos años el diseño de propuestas que respeten el medio ambiente y que tengan un fuerte corte ecologista, dentro del sector industrial. El trabajo postula que es importante generar una conciencia, tanto en los diseñadores como en los consumidores de los productos, ya que las decisiones que tomen en la producción del producto, ya sean tecnológicas o productivas, van a influir en el entorno en el que se desarrollan.

Crowdfunding, en búsqueda de inversores. La propuesta de IDEAME

Martín Delfino Guevara y María Eugenia Carlin

Esta investigación exploratoria intentará analizar un tópico muy novedoso como es el exponencial crecimiento de las plataformas de Crowdfunding. En el trabajo se hace foco en la experiencia llevada adelante por la plataforma IDEAME. Entre los principales objetivos que se proponen los autores de la investigación se encuentran generar conocimientos y herramientas de análisis acerca de esta nueva herramienta de financiación. Según los autores, esta plataforma de financiación no es demasiado conocida y tampoco abundan los abordajes académicos sobre ella, por lo que el trabajo guarda una relevancia teórica de mucha utilidad para la disciplina que estudian, además de cierta relevancia social.

El vestuario como elemento narrativo en el teatro. Análisis del trabajo de Joaquín Nandez para la obra *Cuarteto de Heiner Müller*

Vladimir Sánchez García

Esta investigación de tipo exploratoria se propone aportar desde el estudio de un caso específico, una nueva percepción del trabajo del vestuarista teatral. Estudiar el trabajo de Joaquín Nandez proporciona para la disciplina un importante aporte teórico, de gran valor referencial. El caso seleccionado es el diseño de vestuario de la obra *Cuarteto* de Heiner Müller, dirigida por Orlando Arocha para el grupo teatral Contrajuego en Caracas, Venezuela. Los diferentes aspectos que otorgan relevancia y particularidad a este trabajo radican en la complejidad del texto de Heiner Müller, es este un amplio y vasto océano de interpretaciones en el cual el director y vestuarista se han sumergido a fondo para encontrar abandonadas siluetas que rescatar y utilizar a favor de la narración, al igual que el extraordinario uso de materialidades, colores y caracterización que crean subtextos tan íntimos y propios que

parecen salir de la pluma del autor original. La reflexión sobre las características del diseño de vestuario y sobre la propia labor del vestuarista son algunas de las propuestas que plantea esta investigación.

(Ver trabajo completo en p.)

Ley de talles, entre la reglamentación y el diseño. Análisis de una colección para todos

Giuliana Lo Franco

Esta investigación descriptiva posa su mirada sobre la reciente ley de talles sancionada en el año 2010 en la provincia de Buenos Aires. Con alta relevancia social y teórica, el trabajo intenta analizar las características de los diseños de una marca de indumentaria que ha adaptado los mismos tomando en cuenta la nueva reglamentación, en este caso las compañías Portsaid. Esta empresa es considerada, junto a la marca VER, como las primeras en ser reconocidas en el país porque demuestran los esfuerzos por respetar la ley ofreciendo a las mujeres aquellos talles que otras marcas no lo hacen, según diversas ONG. El trabajo se propone analizar las características de los diseños y además contextualizará la problemática en referencia al cumplimiento de la novedosa normativa.

Docente: Alelí Jait

Abstract del docente

Introducción a la investigación es una materia inicial y común a todas las carreras que se dictan en la Facultad de Diseño y Comunicación. Tiene por objetivos desarrollar interés por la investigación; categorizar el proceso de investigación en el ámbito académico, proyectándolo hacia el campo profesional; desarrollar estrategias de aprendizaje, investigación y comunicación universitaria; conocer los mecanismos y recursos que facilitan la adquisición de conocimiento; desarrollar una visión integral de la asignatura, comprender su relevancia y articulación con el resto de la carrera, atendiendo al futuro crecimiento profesional y desarrollo académico; y experimentar la observación y el razonamiento crítico.

Producción de los estudiantes

Las tragedias en eventos multitudinales

Laura Melissa Benavides Coral

Como futura profesional en el campo de la organización de eventos, me interesa conocer más a fondo acerca de esta problemática que me afecta como organizadora y como espectadora de un evento.

Está en nuestras manos como organizadores poner toda nuestra profesionalidad a la hora de planificar y ejecutar un evento de este tipo, ya que solo así podremos prevenir todo tipo de tragedias.

Me interesa conocer a fondo los requerimientos tanto legales como técnicos para poder llevar a cabo un evento de esta

magnitud y cuáles son las medidas que se han tomado en la actualidad para prevenir incidentes teniendo en cuenta el pasado de esta problemática.

Mi interés por investigar sobre este tema nace de la necesidad de conocer acerca de este problema que de alguna u otra manera nos involucra a todos.

Historia de los vinos y su añejamiento

Ronald Ibañez Chitay

Para la investigación analizamos la importancia de las marcas y denominaciones de origen en la comercialización del vino de calidad, los tipos de uvas, mosto, proceso de añejamiento, se pretende determinar la influencia que ejerce la composición fenólica de la uva en la definición de la estabilidad del color del vino y de sus características gustativas de amargor y astringencia.

Con esto podemos saber que el consumo de vino se convierte en hábito cultural en el mismo momento en que el hombre encuentra en el jugo de la uva algo más que un simple recurso para saciar la sed, analizaremos los elementos que caracterizan la trascendencia histórica que el componente alcohólico del vino posee, y completa con ilustraciones y mapas de las zonas vinícolas.

Estas investigaciones las haremos por medio de libros e internet para así poder sacar todo el proceso y a su vez analizar estrategias, objetivos generales y específicos, características que nos ayude a desarrollar una conclusión adecuada para dicho trabajo.

La influencia de David Wark Griffith en el cine actual

Esteban Buchszer Gonzalez y Jonathan Escudero Ascencio

En nuestro trabajo de investigación nos planteamos encontrar aquellos elementos en el trabajo del director de cinematográfico estadounidense David Griffith (1875-1948) que se encuentran vigentes en el relato cinematográfico en la actualidad y de esta manera poder identificar porque se le llama el padre o creador del cine moderno.

Para realizar esta investigación, básicamente vamos a tomar información bibliográfica recopilada y la vamos a complementar con un par de ejemplos audiovisuales (películas de Griffith y películas del cine moderno) que nos permitan observar en primera persona cual es el planteamiento de la investigación. La idea de hacer este trabajo investigativo es encontrar y poder identificar estos elementos artísticos y narrativos en la obra de Griffith que dio pie e inicio de lo que hoy llamamos cine y de esta manera tener una conciencia más amplia y académica del inicio del cine y el relato cinematográfico.

Andy Warhol. Arte y crítica

Tamara Delgado, Agustín Manes Rossi, Lucas Romano y Roger Velarde Argandoña

A través de nuestro trabajo de investigación nos proponemos conocer en profundidad la obra del artista plástico Andy Warhol en sus diferentes presentaciones, para poder estimar la influencia de su trabajo en el movimiento artístico conocido como Arte Pop.

El movimiento pop provocó a mediados de la década de 1950 un quiebre en el arte tradicional, criticando aspectos como el elitismo propio del expresionismo abstracto que era la corriente artística de la época. Pero la crítica no quedó solo allí, sino que el arte pop fue más allá y es por eso que es el tema que elegimos para investigar: los artistas pop a través de sus trabajos cuestionaron el estado de la sociedad de la época; desde el lugar que tenían, atacaron al conformismo y a los hábitos de consumo propios de la época, utilizando la sátira y la ironía como armas.

Si bien hubo grandes artistas dentro de este movimiento, Andy Warhol es quien se destaca por sobre el resto. Su trabajo no solo se limitó a las artes plásticas tradicionales, sino que lo llevó a la música y al cine, haciendo del arte pop un movimiento de gran impacto tanto cultural como social. Es por eso que a la hora de entender la influencia de Warhol en el movimiento tenemos que ver lo amplio de su obra y analizar punto por punto como desarrolló su trabajo, para poder así arribar a conclusiones que nos permitan entender un poco más el movimiento pop y este increíble artista.

Docente: María Cecilia Kiektik

Abstract del docente

La materia Introducción a la Investigación tiene por principal objetivo el desarrollo del pensamiento científico para la construcción de éste mismo tipo de conocimiento. El conocimiento científico se caracteriza por ser fundamentado, argumentado, de rigurosidad metodológica tanto como atrevido en la formulación de hipótesis para la búsqueda de respuestas y, en éste mismo camino, la formación del espíritu científico también se refuerza con esas cualidades, tan importantes para la futura vida profesional.

En cuanto a la elección de los temas de investigación, se incentiva en el alumno la articulación del conocimiento científico hacia su carrera específica. Los temas y recortes de investigación son trabajados en clase de manera grupal haciendo hincapié en la elección de un objeto de estudio pertinente a la carrera en curso así como también, la detección de las nuevas tendencias emergentes, lo novedoso y la originalidad en los proyectos.

Desde la Epistemología de la Complejidad (E. Morin) se busca destacar que el recorte de objeto fragmenta la realidad por la necesidad de lograr un análisis específico, por lo tanto, se hace especial énfasis en describir y caracterizar los contextos en los cuales emergen dichos objetos de estudio para lograr comprender con mayor amplitud los fenómenos estudiados a la vez que se estimula en el alumno la incorporación de una metodología que le permita desnaturalizar el acercamiento al objeto de conocimiento y establecer los criterios propios de selección y construcción del mismo. Para relevar el campo empírico se hace una entrevista semiestructurada a un profesional destacado en relación al objeto de estudio.

Producción de los estudiantes

El ojo bastardo de Quentin Tarantino

Camilo Sánchez y Pedro Rodríguez Delgado

Ésta investigación explora la simbología presente en la película *Bastardos sin gloria*, del director Quentin Tarantino. Se propone establecer cuáles son los criterios del mismo en relación al uso de los más populares símbolos de la época esvástica, estrella de David, teniendo en cuenta que el film transcurre durante la segunda guerra mundial. Los autores teóricos que ayudarán a plantear el marco teórico de la investigación son Humberto Eco (Análisis de la teoría) y Roland Barthes (Elementos de Semiología), entre otros.

Para realizar la investigación se entrevistó a un Licenciado en Comunicación, crítico de cine y especialista en el cine de Tarantino.

El cine independiente y los medios de comunicación masivos

Rocío Segura

Ésta investigación se basa en la temática cine independiente argentino, más precisamente en la película *La máquina que escupe monstruos y la chica de mis sueños*, escrita y producida por Agustín Ross Beraldi y Diego Labat.

Se toma ésta película independiente como objeto de estudio de ésta investigación ya que es un buen ejemplo de la forma de producción del cine independiente en Argentina y de cómo los nuevos talentos promocionan y distribuyen su arte. *La máquina de escupir monstruos y la chica de mis sueños*, es una película que se estrenó en su propia página de internet: www.lamaquinaqueescupe.com.ar, y que tuvo un buen recibimiento de aquellos usuarios que la reprodujeron por éste medio.

La relevancia de ésta investigación es que gracias a ella más talentos jóvenes podrían buscar medios innovadores para presentar sus producciones. Además, con el testimonio de sus autores se sabrá que buscar nuevas formas de difusión les fue favorecedor.

Los objetivos de ésta investigación son: analizar el modo de producción del cine independiente, verificar cómo funcionan los nuevos medios de difusión masivos y demostrar que los nuevos cineastas independientes pueden tener grandes logros. Los conceptos principales de la investigación son: el cine independiente, la producción que éste conlleva, las complicaciones que pueden surgir en la misma (recursos, presupuesto) y cómo los productores se las ingenian para lograr un cierto porcentaje de éxito y aceptación.

Moda teatral

Belén Garrido y Teresita De Dominicis

El tema de ésta investigación es la moda y el teatro argentino actual, realizando un recorte que hace foco en el vestuario teatral de puestas actuales, creadas por diseñadores de moda de autor. Tomamos como referentes en ésta investigación a los autores argentinos Martín Churba y Pablo Ramírez. Nos planteamos como problema responder a la incógnita acerca de si los vestuarios creados por diseñadores de autor,

son más vanguardistas que los vestuarios teatrales convencionales, ya sea en los circuitos en off, comercial u oficial.

Dentro de nuestros objetivos buscamos analizar cómo influye la impronta del diseñador en el diseño del vestuario y qué similitudes tiene con sus anteriores colecciones, como es el caso de Pablo Ramírez en la obra del Complejo Teatral de Buenos Aires *Triste Golondrina Macho*, en donde se puede apreciar un fuerte sello personal de sus diseños. Además nos proponemos indagar si los diseñadores intervienen en otras áreas del diseño teatral como escenografía, iluminación, etc. Ésta investigación se encuentra dirigida a los interesados en el teatro, la moda y el arte en general para que sirva como fuente de inspiración e información del cruce de la moda y el teatro. (Ver trabajo completo en p.)

La difusión de la obra de un artista por medio de lo utilitario

Noelia Bevilaqua, Gonzalo Orihuela y María Eugenia Rouges

Ésta investigación indaga en la relación de mutuo beneficio que puede establecerse entre grandes artistas y marcas comerciales. En particular, en éste trabajo se buscará explorar y caracterizar, la difusión masiva del trabajo de la artista Yayoi Kusama a partir de su colaboración con Louis Vuitton.

Al considerar como punto de partida las nuevas tendencias de marketing, se investigarán los vehículos por los que el arte y los utilitarios en su conjunto inciden en la sociedad.

La relevancia de ésta investigación radica en generar material de consulta para artistas y emprendedores sobre las estrategias de difusión y jerarquización o posicionamiento.

Estética y formato de los programas de televisión

Ignacio Monteverde, Felicitas Ruiz y Ignacio Giusti

Ésta investigación describe y correlaciona los diferentes tipos de programas televisivos nacionales en el siglo XXI y sus estéticas visuales. Se buscará identificar la clave estética para atraer a un determinado público. Por este motivo es necesario definir los tipos de programas que se analizarán durante la investigación. El noticiero es aquel programa televisivo que se encarga de transmitir a los televidentes las noticias actualizadas de las últimas horas del día; cuenta con elementos característicos formales que lo distingue del resto de los programas televisivos. A diferencia de los programas televisivos cómicos, talkshow o sketches, que se caracterizan por tener como objetivo hacer reír continuamente al público sin abordar ninguna temática en profundidad. Para lograr el objetivo de nuestra investigación realizamos una entrevista a Rafael Winograd periodista gráfico, redactor publicitario, guionista de televisión, creador de formatos televisivos, autor de documentales y proyectos de ficción para cine y TV, a su vez fue director creativo de un programa talk show. Se realizó un resumen de la misma: Para saber qué buscan los televidentes en un programa, si es algo novedoso, se realiza un focus group, investigación que especifica el público del canal dónde se va a transmitir el programa, y esa franja. La estética visual sí está relacionada con la clase social a la cuál va apuntada el programa. En los programas transmitidos en prime time en un canal líder, la importancia que se le da a la estética respecto del público, es mucho menor que a aquellos programas

transmitidos en un canal temático de cable, dónde el público pertenece a un segmento social estrecho, siendo la estética visual mucho más focalizada en función del público al que se dirige. La gama de colores utilizados depende del programa pero no del público al que sea apuntada. Un espectador promedio no se enfoca en evaluar el objetivo y los alcances de los matices visuales que se diseñan para un programa. El público se acostumbra a lo que consume todos los días, tolera los cambios en la medida que los mismos sean graduales.

¿Cómo convertirse en un realizador de efectos visuales?

Pablo Godoy Martínez Salazar y Agustín Insausti

Ésta investigación describe y caracteriza el uso de los efectos visuales y la ayuda que brinda la página de internet www.videocopilot.net para la realización de los mismos. Se propone aquí ampliar información sobre cómo crear efectos visuales y la aplicación de los mismos en el cine. Los objetivos propuestos son: determinar que programas son necesarios para la creación de los efectos visuales, analizar la ayuda que brinda www.videocopilot.net a los profesionales determinar la salida laboral que tiene el realizador de efectos visuales. Para averiguar esto se entrevistara a una profesora de la Universidad de Palermo, la cual enseña el uso del programa Adobe After Effects se le harán estas preguntas, entre otras: ¿Cómo fueron los comienzos en su profesión y como fueron evolucionando sus trabajos?, ¿Qué piensa que hace falta para dedicarse a esto?, ¿Qué son los efectos visuales? ¿Qué nivel de importancia le parece que tienen estos en el cine? ¿Qué software utiliza?, ¿Cuánto tiempo le parece que se necesita para dominar el Adobe After Effects? ¿Cree que es un programa indispensable para la edición de video?, ¿Cómo ve la salida laboral en nuestro país? ¿Le parecen útiles los materiales para la edición y diseño que provee la página www.videocopilot.net? ¿Y los tutoriales?

Docente: Ernesto López

Abstract del docente

La principal intención de la materia Introducción a la Investigación es dotar al alumno de herramientas y estrategias para desarrollar investigaciones. A la vez se pretende que el alumno comprenda la necesidad de investigar ante cualquier situación, ya sea científica o creadora. Al tratarse es una materia no troncal, surge la pregunta: ¿Cómo hacer para que el alumno se involucre con una materia que no es de su campo de interés? Para ello la manera elegida de involucrar al alumno consiste en darle la libertad de elegir un tema que sea afín a sus intereses. A partir de este tema se desarrollarán todos los procedimientos necesarios para una investigación. Éstos, al estar contextualizados en prácticas propias del alumno, no serán un ingrediente externo y ajeno a su carrera, sino un componente necesario y ligado a su vocación. Los trabajos propuestos son: El Conocimiento Científico, en que se analizan las principales características del conoci-

to que se produce y reproduce en la universidad; Entrevista Exploratoria a un informante clave, en la que se produce una primera aproximación al campo profesional; Planteo del problema de investigación, donde se define el recorte temático, se justifica la pertinencia y se comienza a relevar información; Bibliografía y Marco Teórico, en el cual se realiza la búsqueda del material documental y el listado de fuentes según la normativa APA; El proyecto de Investigación, donde realiza un planteo del proyecto en todas sus partes; y Exposición, que consiste en la presentación a sus compañeros de los avances de su proyecto en el marco de la Semana de Proyectos Jóvenes.

Textiles inteligentes. Incorporación de microcápsulas

Carolina Chaparro y Lucila Naistat

En esta investigación nos proponemos indagar acerca de los textiles inteligentes en general, y en particular acerca de los textiles que incorporan microcápsulas. Nuestro interés se focalizará en las implicancias y beneficios que el uso de los mismos traería a la sociedad.

Arquitectura sustentable ¿Cómo se trabaja la sustentabilidad en la arquitectura de Buenos Aires?

Martina Dapía

En este proyecto de investigación se observará la manera de concebir el diseño arquitectónico de manera sostenible y cómo se busca aprovechar los recursos naturales de modo tal que se minimice el impacto ambiental de las edificaciones sobre el medio ambiente. Se observará cómo trabajan diferentes estudios este tipo de arquitectura, satisfaciendo las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades del futuro.

Docente: Zulema Marzorati

Abstract del docente

Memoria de celuloide

Como afirma Eric Hobsbawm en *Historia del siglo XX*, desde los inicios de esa centuria el cine se constituye en un medio de comunicación masivo, propio de la sociedad urbana industrial, que influye en la forma que las personas estructuran el mundo. Sus imágenes constituyen desde ese entonces hasta la actualidad un inmenso laboratorio para la reflexión de los profesionales, quienes en la tarea de investigar el devenir de los procesos socio-históricos cuentan hoy con este inestimable recurso que les fue provisto por la ciencia y la tecnología modernas.

El objetivo de la asignatura Introducción a la Investigación es realizar un trabajo académico que prepare a los alumnos para la futura tesis de Licenciatura que realizarán para graduarse. En nuestra cátedra hemos elegido como temática El cine ar-

gentino en democracia 2000-2012 y el recorte de la investigación a elegir, surgirá de películas cuyo contexto de producción se centra en esa época. Fundamentamos esta elección en el hecho que los filmes nos brindan otras versiones del pasado y son considerados como memorias relevantes que reclaman ser tenidas en cuenta para abordar las problemáticas sociales del pasado reciente.

Consideramos que en la sociedad moderna, orientada preponderantemente hacia las imágenes, tanto las fuentes escritas como las audiovisuales se complementan y son herramientas que permiten a los alumnos una reconstrucción multilateral, brindando distintas perspectivas de abordaje que pueden contribuir a plantear nuevos interrogantes en los temas investigados.

Producción de los estudiantes

Ausencia y presencia de las instituciones en la sociedad

Juan Pedro García Gandolfo, Luciana Alvarenga y Milagros Rocío Costas

La existencia de las instituciones y su implementación de forma conjunta en una sociedad es fundamental para el desarrollo de la misma. En base a esta temática, nos proponemos investigar cómo es el funcionamiento de las mismas y cuál es el alcance que pueden lograr para el desarrollo y el andamiaje del tejido social.

Para llevar a cabo este análisis utilizaremos como fuente de información el film *Elefante Blanco* (Trapero, Argentina, 2010) que aborda la intervención de las instituciones dentro de la villa 31. Consideramos que existe un contraste muy notorio entre la presencia de instituciones, como la eclesiástica, con una participación muy comprometida y por otro lado, la ausencia de las educativas, que son un aspecto básico y fundamental para la formación social de cada individuo. (Ver trabajo completo en p.)

La violencia en la sociedad

Paulina Zas y María Eugenia Canosa Basualdo

El objetivo de nuestro trabajo consiste en abordar diferentes tipos de violencia, haciendo hincapié en el desempleo y el maltrato sufrido en el ámbito familiar, ya que consideramos que estos temas tienen una profunda relevancia en la sociedad.

Es importante que el Estado de prioridad a estas temáticas debido a las consecuencias físicas y psicológicas irreversibles que caen en los individuos afectados y a las respectivas denuncias que no son tenidas en cuenta y tomadas con seriedad. Para indagar en este tipo de violencias tomamos como fuente de información la película *El Cielito* (Menis, Argentina, 2004) que construye un relato en el que ambas problemáticas están representadas en sus personajes centrales.

Orquídeas & caballitos de mar

Juliana Barragan Rivas y Sofía Ruso

El objetivo de nuestro trabajo es mostrar distintos puntos de vista sobre el problema de la diversidad sexual y plantear po-

sibles soluciones en cuanto a la exclusión social que sufren las personas que presentan esta diferencia.

Esta temática la abordaremos en *XXY* (Puenzo, Argentina 2007) film en el que podemos observar un claro caso de diversidad sexual en su personaje principal (Alex) quien biológicamente desarrolla ambos sexos.

Su no aceptación por la comunidad en la que vive junto a sus padres, la obliga a aislarse de la misma. Debido a ello sostenemos la importancia de profundizar y difundir este tema, ya que la discriminación que existe sobre el hermafroditismo es agravada por la ignorancia sobre el mismo en amplios sectores de la sociedad.

XXY se convierte en agente de la Historia, haciendo que los espectadores tomen conciencia y reflexionen sobre esta problemática.

La cumbre de un infierno

Aisha Salomón Larrabure

Esta investigación pretende abordar distintos aspectos que hacen a la violencia en la sociedad argentina durante la década de los 90. En esta etapa se aplica el neoliberalismo, un modelo impuesto en la sociedad que tuvo un fuerte impacto negativo, tanto en el plano político y económico, como en el social. El tema de la violencia lo analizaremos tomando como fuente de información el film *El cielito* (Menis, Argentina 2007), en el que podemos observar las consecuencias de las medidas neoliberales, como por ejemplo las privatizaciones que trajeron desindustrialización y desempleo en el país.

El film funciona como agente de la historia, es decir que crea conciencia en la sociedad, para que este modelo no vuelva a aplicarse nunca más.

Docente: Andrés Olaizola

Abstract del docente

A partir de los conceptos teóricos y de los procesos metodológicos que se presentan durante las clases, se espera que las y los estudiantes lleven a cabo un proyecto de investigación sobre un tema relacionado con sus respectivas carreras. El proyecto alienta a que los alumnos no sólo trabajen la actividad de indagación desde una perspectiva analítica y crítica, sino que apelen a un enfoque creativo, elemento fundamental de cualquier investigación académica y profesional.

Producción de los estudiantes

Evolución del logotipo de Pepsi. Análisis de los cambios en el logotipo de la marca de 1998 a 2008

Victorina Carelli y Javier Diconca

La marca Pepsi realizó varios cambios en su logotipo a nivel mundial, pero nosotros nos centraremos en los últimos tres cambios: el del año 1998, donde Pepsi tuvo uno de sus

cambios más importante y significativos en su logotipo; el de 2003, donde toma un rumbo más tecnológico y hace un diseño en 3D; y por último, el del año 2008, donde vuelve a cambiar su diseño y letra y adopta un estilo minimalista.

Christian Dior: El Lady Dior y sus repercusiones

Aldana Morand y Karen Anabel Rodas Farfan

Nuestro trabajo de investigación se centra en el bolso Lady Dior, bautizado así en honor a Lady Di, quien convirtió el bolso diseñado por Christian Dior en un clásico de la moda. Para explicar este hecho, vamos a desarrollar brevemente una serie de conceptos, introduciendo un poco en la vida y obra del diseñador en cuestión y explicar la relevancia que tuvo la princesa Diana en este hecho. Luego, trataremos la sorprendente perseverancia con la que se mantiene ese bolso en el mercado y cómo fue evolucionando a través del tiempo.

La influencia de la década de los 40 en la marca Las Oreiro

Cyntia Bompadre Struhar y Paula Esquinazi

En esta investigación, trataremos de comprobar que el estilo Pin Up, desarrollado entre los años 40 y los 50 en Estados Unidos, tiene una gran influencia en el estilo de los jeans de la marca argentina Las Oreiro, cuyas prendas muestran las curvas de la mujer con aires retro, lo que constituye su sello personal.

Nuevas formas de comercialización de indumentaria a través de las redes sociales: el caso de Facebook

Natalia Bekenstein, Jazmín Ortiz y Magalí Zarini

En los últimos años, la tecnología avanzó, y la sociedad fue cambiando en diferentes aspectos. Sin que se reduzca la comercialización tradicional (en locales, tiendas, shoppings), se agregaron otros métodos de comercialización de indumentaria, más nuevos y originales (showrooms, ferias, redes sociales, etc.). Con esta investigación, queremos conocer las causas de la aparición de estos nuevos comerciantes de indumentaria, analizar los diferentes sitios de venta, cómo funciona cada uno de ellos y cómo impactó en el público comprador. En el trabajo vamos a comparar dos marcas de indumentaria que usan Facebook como vía de comercialización: Las Kikas y Las Lolitas.

(Ver trabajo completo en p.)

La influencia de la moda en la música rock. Análisis de dos bandas latinoamericanas

Bianca Della Bella Contreras y Florencia Rozemblum

Para la investigación, vamos a tomar dos bandas latinoamericanas, una argentina y una brasileña, para ver qué influencia tienen la moda y el diseño de indumentaria cuando organizan sus shows. En nuestro trabajo, revisaremos la bibliografía sobre moda y cultura rock, usaremos entrevistas a las bandas y haremos un cuestionario para un profesor de la Facultad que se especialice en producción de espectáculos.

Análisis de la edición limitada Unique de Absolut Vodka

Florencia Cervetto y Brenda Lencke

Con sólo cuatro millones de botellas en el mundo, la edición limitada Unique, es una apuesta audaz y nueva de Absolut Vodka en el packaging y en el marketing. A partir de una secuencia de combinación de 35 colores y 51 patrones, cada una de las botellas de la edición Unique es diferente a la otra. En el trabajo, queremos investigar los aspectos del diseño de esta edición limitada.

La colección primavera-verano 2014 Carnaval, de Benito Fernández

Rocío Gude y Jenifer Mascia

Vamos a investigar la colección presentada por Benito Fernández para la temporada primavera-verano 2014 llamada Carnaval, la cual hace honor a su nombre y se expresa mediante colores llamativos y materiales desafiantes que atraen al público tanto para el día como para la noche. Las prendas son para cada tipo de ocasión y para cada tipo de mujer, con *animal print*, brillos, encajes, etc.

Docente: Victoria Ortiz de Rozas

Abstract del docente

Si bien la materia está pensada como una introducción a la investigación, se propuso desde el inicio de la cursada que los estudiantes comenzaran una indagación sobre temas de su interés. Se les dio una amplia libertad de elección de temas, siempre que tuviera relación con las carreras que cursan. Se promovió el inicio de la propia investigación desde la primera clase –para lo cual se sugirió la realización de una búsqueda bibliográfica inicial–, de modo que la lectura de textos metodológicos estuviera siempre acompañada de la elaboración de preguntas de investigación concretas. Durante la cursada se llevó a cabo la lectura de investigaciones realizadas en el área de diseño y comunicación –fundamentalmente las producidas por la Universidad de Palermo–, para así poder abordar el proceso de formulación de objetivos, hipótesis y diseños de investigación a partir de ejemplos concretos; que les permitieran a los estudiantes avanzar en sus propias investigaciones.

Se promovió la realización de trabajo de campo desde un principio, a partir de la realización de una entrevista a un informante clave, luego de lo cual debieron reflexionar en qué sentido constituía un aporte a sus investigaciones (una guía en la formulación de las preguntas, material empírico para responder sus interrogantes, aportes teóricos). Luego cada estudiante tuvo la libertad de realizar más entrevistas o no según el diseño de investigación elegido. Se promovió la elección de referentes empíricos concretos y abarcables, los llamados “casos” a partir de los cuales los estudiantes pudieran pensar temas más amplios o bien limitar su investigación a ese caso concreto, siempre y cuando pudiera ser enmarcado en

preguntas generales sobre las nuevas tendencias en diseño y comunicación.

La elaboración del estado de la cuestión o antecedentes de la investigación fue realizada luego de la realización de trabajo de campo, para así emprender la búsqueda bibliográfica una vez que el objeto de estudio estuviera más definido.

Producción de los estudiantes

La sexualidad de la mujer en las fotografías de moda de Helmut Newton

Ariana Valencia Farro

El siguiente trabajo busca ser una herramienta para comprender la relación que existe entre el manejo de la sexualidad de la mujer en las fotografías de moda de Helmut Newton y el tipo de comunicación que quiere dar a entender a su público objetivo.

Se comenzó éste trabajo analizando el estilo voyeur del fotógrafo, para conocer más sobre la construcción de mujer andrógina que presenta en sus fotografías de moda de *Yve Saint Laurent's le smoking*.

A medida que la investigación avanza, se comprende que para entender la construcción de mujer que quiso y quiere representar en algunas de sus fotografías, hay que comprender la relación que existe entre la visión del fotógrafo y lo que quiere transmitir a través de sus fotografías. Es decir la relación de comunicación, la androginia y la moda.

Si bien la moda y la fotografía son fenómenos que generan y abarcan diferentes aspectos culturales, como el diseño, la literatura, el arte o las innovaciones tecnológicas, en éste trabajo se hará referencia fundamentalmente a los aspectos relacionados con la mujer andrógina y la construcción de la misma en las fotografías de éste autor.

Por su amplitud, el concepto de la Moda sólo puede ser estudiado indisciplinariamente; por lo que se tratará éste tema desde diversos aspectos, como la sociología, la semiología, su historia, entre otros.

Se busca describir y analizar el concepto mujer andrógina y reflexionar sobre cómo la fotografía y la construcción de mujer de Helmut Newton tuvieron un éxito en épocas anteriores, como realizó la comunicación en cuanto a la publicación y el público objetivo, tomando en cuenta los principios claves de la fotografía de Moda.

Tiendas online de moda

Julieta Pannitto

En esta investigación se analizan varios aspectos de la moda online: ¿En qué consiste?, comportamiento del consumidor, beneficios y consecuencias, tipos de compradores, marcas reconocidas que trabajan con este sistema. ¿Por qué? ¿Cuál es la conexión entre este canal y sus locales físicos? ¿Quién puede tener una tienda de moda online?, ¿Qué sector social la utiliza? A través de la búsqueda en trabajos realizados, se profundiza en el tema, más una entrevista realizada a un vendedor online directo. Internet ha avanzado mucho en nuestra sociedad, convirtiéndose en la herramienta tecnológica más revolucionaria, influyendo en la vida cotidiana de las personas. Con respecto a las tiendas online, se hace referencia a

un comercio convencional que usa como medio principal para realizar sus transacciones un sitio web de Internet, poniendo a disposición de sus clientes un sitio web en el que pueden observar imágenes de los productos, leer sus especificaciones y finalmente adquirirlos.

Se espera un resultado valioso que saque a la luz los pros y contras de esta nueva modalidad de trabajo, y lograr entender por qué es un sistema que crece día a día.

Eco eventos. Una nueva tendencia que pisa fuerte en el mundo de los eventos

Camila Brañas

El propósito de esta investigación es analizar y sintetizar la función, propósito, resultado y finalidad de la realización de los eco eventos.

Hoy en día son más los individuos que se suman a la causa de cuidar el medio ambiente, formar parte de alguna ONG que trate el tema. Por eso se considera importante la realización de esta investigación ya que al ser una manera diferente de realizar eventos que se comenzó a hacer hace poco tiempo, son pocos los que tienen conocimientos en el tema.

Mediante ésta investigación se busca conocer qué ventajas presenta la realización de los eco eventos, el costo de su elaboración, cuántos son los individuos que tienen conocimiento sobre el tema y qué tipo de eventos son los que utilizan esta nueva modalidad.

El artículo tiene por finalidad presentar la visión de organizadores profesionales sobre los eco eventos, para así lograr una fructífera investigación sobre el tema.

La moda y el Arte. Una manera de fusionar y plasmarla en diseños de autor

María Agustina Antoraz

La intención de esta investigación es ver el proceso creativo de un diseñador, quien también fusiona el arte plástico como motivo de sus inspiraciones en sus diseños de indumentaria. A esto sumado, analizar todo su proceso creativo, desde la elección de su inspiración hasta plasmarlo en la pasarela. Para conocer y llegar a fondo sobre todo esto, es importante tener en cuenta algunas preguntas claves como ¿Cómo se le ocurre o de donde sale el objeto de inspiración? ¿Cuánto tiempo antes comienza a diseñar para llegar a cada presentación? Toda la información recopilada será a través de entrevistas, encuestas a diferentes profesores y alumnos.

La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing

Delfina Wilson y Catalina de la Torre Urizar

La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing ha experimentado un importante desarrollo en los últimos años. La saturación de algunos medios, y la pérdida de eficacia de las formas tradicionales de publicidad, han llevado a las empresas a buscar nuevas formas para relacionarse con sus públicos.

Los eventos han demostrado ser una herramienta estratégica de comunicación de marketing que consigue impactos

directos e interactivos con su público objetivo. Se ha comprobado que la organización de eventos es una herramienta para desarrollar eficaces estrategias para comunicarse con sus públicos.

Los públicos de las organizaciones buscan vivir experiencias, y están dispuestos a emocionarse, relacionarse, sentir, pensar y actuar con las marcas, las empresas o sus productos. Los eventos son una herramienta muy adecuada para generar estas experiencias de marca.

A través de la realización de entrevistas a informantes clave y la recopilación de fuentes secundarias, se busca hacer un aporte a la temática general de organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing.

Moda y responsabilidad social. La casa de modas Amelia Toro

Jessica Muñoz Cano

En esta investigación se analiza la importancia del aporte que hace la casa de modas Amelia Toro a las madres de bajos recursos y a los grupos indígenas de Latinoamérica.

La investigación se basa en los inicios que tuvo esta diseñadora en el campo de la moda, la iniciativa que tuvo para crear esta idea de apoyar a las madres de bajos recursos y los indígenas, su compromiso con la cultura en cuanto a la forma de apoyar grupos indígenas vinculando su trabajo artesanal para no perder el patrimonio cultural de estos.

Amelia Toro logra relacionar la moda con la responsabilidad social cada vez que presenta sus colecciones, ya que sus prendas son elaboradas por las madres solteras cabezas de familias, generándoles así trabajo y una forma de sostenimiento económico para mejorar su calidad de vida.

El acierto que tiene esta diseñadora en el campo social como cultural la ha llevado a ser reconocida en su país, como una gran profesional por sus diseños para mujeres resaltando la comodidad en sus prendas.

A través de un estudio de caso sobre una casa de modas, se hace un aporte valioso al estudio de la relación entre moda y responsabilidad social.

Una nueva tendencia en la comercialización de prendas y accesorios. El fenómeno de los showrooms

Mara Lluch

El objetivo es indagar sobre el rol que ocupa el fenómeno de los showrooms dentro de las distintas formas de comercializar prendas y/o accesorios en la actualidad. En particular, se busca conocer: dónde surge el concepto de los showrooms y su evolución a lo largo del tiempo, las formas de difusión actuales de los productos que se comercializan dentro del showroom, cómo es la calidad de atención en estos lugares, los regímenes de atención al público que presentan estos lugares, el nivel de seguridad que le brindan los showrooms a sus clientes, las pautas que se tienen en cuenta a la hora de decorar el lugar, que parámetros se tienen en consideración a la hora de la elección del lugar en donde se instalará el showroom y la frecuencia con la que los compradores acuden al showroom. La hipótesis es que los showrooms son lugares de comercialización más óptimos que los locales convencionales porque

brindan mayor seguridad y atención al cliente, y resulta una opción menos costosa para los diseñadores incipientes.

El trabajo será llevado a cabo a partir de trabajos bibliográficos y virtuales, así como a través de una entrevista semidirigida a un informante clave.

Los aspectos audiovisuales del teatro. Estudio de caso Franco Nicolás Palacio

Esta investigación se busca en un principio de aclarar algunas incógnitas de cómo nace o desde cuando se incorpora la imagen y el sonido en una obra de teatro.

Como primer objetivo de la investigación, es investigar el teatro en Argentina. Además, que técnicas utilizan y que tan importante es que una imagen proyectada acompañe temporalmente una historia, un guión, etc.

Una de las técnicas utilizadas es la entrevista, la cual se lleva a cabo por un especializado en el ambiente teatral. Se utiliza bibliografía donde se investiga los principales conceptos del tema principal.

En estos momentos la investigación se encuentra en una fase de hipótesis y marco teórico.

La importancia de la música en eventos empresariales y corporativos

Juan Ignacio de Gouvea

En esta Investigación se hace referencia a la importancia de la música dentro de lo que es un evento empresarial. Es un tema relevante porque la mayoría de las personas no se da cuenta del rol que cumple el factor música a lo largo de todo el evento a realizarse, ni tampoco el modo en que con la música se determinan los climas y las distintas partes del evento. El propósito de esta búsqueda es ver cómo actúa la música en un evento empresarial, sus características, cómo funciona, y qué requisitos tienen que ponerse en juego para llegar poder hacer un acontecimiento especial y poder de esta manera, cumplirle el sueño del cliente o empresa.

Cabe destacar que cuando se trabaja con todo lo que tiene que ver con el proceso organizativo de un evento se entra en un mundo de interpretación de los sueños de tu cliente, en el que se interpreta cuál va a ser su necesidad, traduciéndola en hechos y/o acciones para poder satisfacer las necesidades del cliente.

La investigación se desarrolla a través de entrevistas a especialistas, así como a través de la recopilación de fuentes secundarias.

El desarrollo profesional de la mujer en el campo del diseño gráfico en empresas con nuevas modalidades de trabajo, observado desde la perspectiva de género

Aime Mailen Seoane

La perspectiva de género pretende desnaturalizar los roles y valores asignados a lo femenino y masculino y pone de manifiesto una desigual distribución de poder entre géneros. La actividad laboral femenina de profesionales del diseño gráfico se desarrolla en una sociedad patriarcal capitalista caracterizada por una devaluación de la mujer. Esta investigación

pretende analizar de qué forma repercuten las nuevas modalidades de trabajo enmarcados en lo que se denomina Work Life Balance (Balance entre la vida personal y profesional) en la división de la esfera pública y privada, y determinar en qué medida afectan al desarrollo profesional de las diseñadoras. Desde la metodología, se diseñó un plan de dos entrevistas a informantes claves, una diseñadora gráfica en ejercicio de su profesión y una especialista en perspectiva de género. (Ver trabajo completo en p.)

Investigación sobre SAGAI (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes)

Victoria Soriano Hughes

La institución SAGAI es una institución de los actores para los actores que se encarga de los derechos que tienen los actores y bailarines de la Argentina. Es una organización sin fines de lucro creada con la finalidad de dar respuesta a las diversas necesidades y situaciones que se presentan en la profesión. Brindan asistencia al colectivo de actores intérpretes a través de distintas prestaciones que les permitan afrontar con mayor seguridad las contingencias que se presenten en el transcurso de sus vidas personales, familiares y profesionales. A través de entrevistas a sus integrantes, se indaga el origen, el funcionamiento y el modo en que la asociación ha impactado en la actividad de sus miembros. Asimismo, se buscan fuentes secundarias para contextualizar el estudio de caso.

Eco fashion: un movimiento para quedarse en Latinoamérica

Jina Jaiquel Herrada

La sustentabilidad y el pensar verde, es un movimiento que ha estado presente desde hace muchos años atrás, esto puede ser definido desde el no uso de algunos materiales, como el cuero y las pieles; la utilización de materiales reciclados para crear nuevos diseños de estos, la buena cosecha y producción de las diferentes fibras, también el valor ético en las empresas, la responsabilidad social de las mismas y el comercio justo de los productos. Eco *fashion* es una tendencia con fuerza en la moda y se ha impuesto durante ya bastante tiempo en Europa, Estado Unidos y Australia, donde los diseñadores han empezado a interesarse por los recursos naturales. Por otro lado en Latinoamérica, el pensar verde en la moda no ha sido muy masivo en los años pasados, pero también ha habido diseñadores interesados en producir moda sostenible, lo importante es que cada vez más, tanto diseñadores y consumidores latinoamericanos, están preocupados e interesados por cuidar la naturaleza, conllevando el uso de una moda eco. A través de entrevistas a informantes clave y la recopilación de fuentes secundarias, se realiza un aporte al estudio de la tendencia Eco Fashion en América Latina.

Cómo impacta el rediseño de las marcas en la sociedad de consumo Argentina

Juan Manuel Gorostiaga

Se hace hincapié en el análisis de los resultados que genera un rediseño de marca en una empresa en particular, poniendo

a esta como foco de investigación. Se analizarán cambios, análisis del diseño, consecuencias, iniciativas y estrategias que se llevaron a cabo para la operación de este proceso. Metodológicamente se hará una revisión a lo largo del tiempo de esta empresa, analizando su historia, comienzos, productos y estudiando el progreso a lo largo de los años, así poder entender la necesidad del cambio de marca y poder ver con una mirada más crítica el proceso creativo y las consecuencias que se lograron con la toma de esta decisión. Todo este proceso será hecho bajo la mirada del diseño y las diferentes técnicas de investigación, para poder ver cuáles son las herramientas que se utilizan para el mejoramiento de marca.

La moda hipster y su relación con la música indie

Matías Romano

En el siguiente proyecto presentare una investigación acerca de la moda hipster y su relación con la música indie. Es un fenómeno que no es nada nuevo, pero en el mundo contemporáneo ha empezado a resonar una vez más luego de que este movimiento se mantuviera dormido durante varios años. Quizás de manera notoria, aunque no tanto como lo fue en sus comienzos en los años 60 y 70 del siglo pasado, que solían formar parte de movimientos políticos y tener visiones opuestas a ciertas religiones.

Hoy en día puede llegar a verse más como una moda que como un estilo o ideología de vida en la gran mayoría de los casos, pero quienes eligen la moda hipster siguen compartiendo gustos musicales y de cine independiente como en sus comienzos. Inclusive muchas marcas de ropa y bandas de rock han sido directamente identificadas como hipsters, he aquí el caso del nacimiento del género indie o indie rock dentro de la música, el cual se ha ido popularizando en estos últimos años.

A través de entrevistas a informantes clave y la recopilación de fuentes secundarias, se realiza un aporte a una temática más general, como lo es la relación entre música y moda.

Diseño de indumentaria de autor, con foco en la bijouterie. Análisis del mercado de insumos nacional argentino e importados

Jimena Falcao Rodrigues De Andrade

El propósito fue analizar que ofrece hoy el mercado argentino de insumos para bijouterie y accesorios y que es necesario importar para atender este mercado que cambia constantemente con la moda y es tan exigente. Se analizarán las dificultades en conseguir materia prima ideal, de calidad y bajo costo de origen nacional, por la ausencia de un parque industrial más robusto en el país y la viabilidad de traer los insumos del mercado internacional con la inestabilidad de la moneda extranjera en Argentina y el proteccionismo nacional. Metodológicamente la investigación será documental, por artículos de internet asociados al mercado de indumentaria, a la industria nacional, a la situación de las importaciones argentinas y a todo que estudia sobre diseño de autor, bijouterie y accesorios. También tendrá el respaldo de una entrevista con una empresaria del rubro de indumentaria para sostener, confirmar, o negar la hipótesis planteada.

Cazadores de tendencias: los llamados *Coolhunters*

Luz Cao

La investigación hace referencia a las personas encargadas de la innovación, cambios de estilos en temporadas, inmersas en el ámbito de la moda. Ellos buscan siempre la manera de generar nuevas propuestas para aquellos que demandan pertenecer dentro del circuito actual de la moda, proyectando a un futuro inmediato con la rapidez en la propagación de la información que estos poseen.

El propósito es sintetizar, de diferentes fuentes, la recolección de datos sobre estos personajes, en conjunto e individualmente, planteando una visión desde un lugar diferente. El resultado esperado es de enriquecimiento informativo, produciendo una evolución en el conocimiento del tema propuesto, ya que en sus inicios se cuenta con un material estudiado por otras personas.

Este estudio de investigación compara y analiza diferentes tipos de información sobre la problemática planteada, donde se descubre que estos personajes no son de presentarse y conocerse muy comúnmente, se manejan con un perfil bajo que permite mantenerlos de incógnito.

Una nueva tendencia en el mercado de la moda: las compras online

Sofía Plaisant y Micaela Alborés

El tema elegido son las compras online, específicamente en el rubro de la indumentaria, que abarcan la mayoría de estas compras. Se indaga sobre esta modalidad de compra, en comparación con el modo tradicional (en persona y viendo el producto antes de llevarlo). El interés está centrado en la provincia de Buenos Aires y Capital, donde los ciudadanos muestran mayor uso de las redes. La metodología consiste en obtener fuentes secundarias y realizar entrevistas con informantes clave, como los vendedores de locales de marcas nacionales de gran influencia y vendedores de locales que se forman de la compra a mayoristas de prendas de temporada, no de diseños originales sino imitación a prendas ya existentes, generalmente no de marcas nacionales. Serán comparadas ambas entrevistas entre sí y a su vez con la opinión de público que compre en esos locales y también en páginas online. Se hará hincapié en la compra al exterior ya que las compras en páginas nacionales no están tan en uso. Se compararán los precios y se analizará cómo el diseño nacional hoy está influenciado por otros países, las marcas de renombre nacionales obtienen imitaciones de las páginas de compras al exterior.

El branding mitológico como influencia emocional en el consumidor

María Camila Aldana Guerrero

El branding ha desarrollado una estrategia de marcas como forma de influenciar la decisión final de compra de los consumidores. En esta investigación se relaciona la simbología mítica con el branding que se ha venido desarrollando a través de los años, ya que ha sido una transformación a través de una perspectiva poco convencional, pero que a su vez ha demostrado que logra vincular lo que puede ser inusual y místico, con la cotidianeidad.

En esta investigación se tomara como referencia la marca Versace, una casa de moda Italiana, fundada por Gianni Versace en el año 1978. Se tomó como referencia esta marca en específico porque hoy en día es una de las principales casas de moda que ha triunfado y perdurado a través de los años, manteniendo un público globalizado. De esta misma manera se quiere indagar los supuestos que se pueden elaborar por medio de esta marca y su relación con la cabeza de Medusa (Gorgona) una mujer que fue castigada por los Dioses, ya que cayó en tentación con Poseidón en el Templo Sagrado de Atenea. Finalmente, se desea señalar las significativas coincidencias de la marca Versace con este mito y la influencia que este mismo tiene sobre los consumidores.

Docente: Diana Alicia Pagano

Abstract del docente

Desde mi labor como profesora de alumnos ingresantes a la Universidad y dado que dicto la materia Introducción a la investigación, me interesaría alcanzar los siguientes objetivos:

- Desarrollar interés por la investigación.
- Categorizar el proceso de investigación en el ámbito académico, proyectándolo hacia el campo profesional.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje, investigación y comunicación universitaria.
- Conocer los mecanismos y recursos que facilitan la adquisición de conocimiento.
- Desarrollar una visión integral de la asignatura, comprender su relevancia y articulación con el resto de la carrera, atendiendo al futuro crecimiento profesional y desarrollo académico.
- Experimentar la observación y el razonamiento crítico.

Como docente, reconozco que la tarea que implica la realización del Proyecto de investigación, es la *via regia* para establecer una relación dialéctica entre teoría y práctica. Dicha articulación es la que posibilita al alumno el aprendizaje significativo y colaborativo que es distintivo del modelo didáctico de nuestra universidad. En la elaboración del trabajo los alumnos podrán confrontar conceptualizaciones con problemas experimentados en el contexto en el que surgen, además de permitirles tomar contacto con los actores sociales involucrados según el tema o que han elegido investigar.

Producción de los estudiantes

Tomates para todos y todas

Loney Armijo Ruiz y Mariano D'Almeida Fonseca

La presente investigación trata la problemática de la mayor demanda de productos orgánicos para consumo provocada por el conocimiento a nivel masivo, de los perjuicios que trae la ingesta de alimentos que son tratados artificialmente, ya sea por manipulación genética, pesticidas y/o condiciones de hacinamiento animal.

Los agroquímicos, pesticidas, fertilizantes y la aparición de consecuencias mortales y/o dañinas para la salud humana,

exige tomar medidas. Una de las maneras de evitar estas complicaciones se ve reflejada en la mayor demanda de productos llamados orgánicos.

Las condiciones actuales de las técnicas aplicadas para obtener mayor producción, abaratar los costos y mantener las ganancias, no permite que este tipo de alimentos pueda ser consumido por la mayoría y sólo unas pocas personas de alto poder adquisitivo pueden darse el lujo de comer sano.

La investigación, tratará de descubrir si, siendo América Latina un continente con grandes extensiones de tierras cultivables, podría convertirse en pionera en la elaboración de alimentos obtenidos de manera natural. Se arribará a una conclusión donde se verán las posibilidades futuras de que la producción de productos orgánicos pueda llegar a ser considerada una tendencia emergente latinoamericana.

Ciudad en-basurada

Magdalena Anquela Salas, María Agustina Díaz Verdeja y Malena Saal

La presente investigación trata la problemática de la acumulación de basura en el área metropolitana de Buenos Aires (AMBA). Para ello, el Gobierno de la Ciudad aplicará un proyecto denominado Basura Cero. Entre otras características, se prohíbe la incineración y se promueve la reutilización y reciclaje de los Residuos Sólidos Urbanos (RSU), aprovechándolos en el circuito productivo o natural, así como también para la producción de compuestos (compostaje) utilizados como fertilizantes de suelos.

Para concientizar a los ciudadanos, el proyecto utiliza contenedores negros para la basura no reciclable, y contenedores verdes para depositar el material reciclable. De esta forma se evita que un 40% de los RSU sean desechados en rellenos sanitarios y permite su reciclado. A su vez el Complejo Ambiental de Villa Dominico se ocupa de la desgasificación del biogás emanado en los rellenos sanitarios, evitando así, la contaminación ambiental.

El objetivo final de la investigación es ver si este plan de tratamiento de la basura que generan los grandes conglomerados urbanos, podría proyectarse y generalizarse, tanto a otras ciudades de nuestro país como a otras capitales sudamericanas. Evaluando y considerando las condiciones de posibilidad quizá se pueda arribar a la conclusión de que, en un futuro cercano, el tratamiento de la basura, pase de ser una tendencia emergente latinoamericana, a convertirse en una necesidad prioritaria para la supervivencia en nuestro continente.

Un-nido

Víctor Hugo Alonso Rivera, Nataly Quevedo Herrera, Thais Bello Portela y Silvia Estrada Carrillo

La presente investigación trata el tema de la problemática del déficit de vivienda en Latinoamérica, para ello se investigará específicamente a la Organización Un techo para mi país de Argentina. La entidad actúa de manera sostenible y sin ánimo de lucro en la lucha contra la pobreza, aportando valioso tiempo de cada voluntario a la construcción de casas pre-fabricadas, mediante donaciones y campañas de recaudación. Acerca de esta ONG, se investigarán varias cuestiones tales como: los propósitos, quiénes lo integran, cómo se financian,

qué requisitos deben cumplir las personas que son voluntarias en la organización, qué personas pueden acceder a los planes o programas, los métodos de financiación y por sobre todo cuál es el nivel de conocimiento de la gente acerca de este proyecto.

Con el objetivo final de ver si esta manera de procurar una vivienda es un tema que pueda proyectarse y generalizarse en el futuro inmediato, con más inversiones económicas y mejorando el canal y modo de comunicación para que el público tenga un mayor conocimiento sobre la ONG un techo para mi país.

Docente: Fernanda Jorgelina Sáñez

Abstract del docente

Lo emergente en tiempos híbridos

Como bien señala Fernando Peyrone en su libro *Mundo extenso* (FCE), estamos viviendo tiempos de profunda transformación. Lo percibimos a diario: ya no trabajamos, no nos relacionamos, no creamos ni nos divertimos como lo hacíamos hasta hace 5 o 10 años. Pero no sólo vivimos en tiempos limítrofes, sino también acelerados. La explosión definitiva e irreversible de la red de redes, la propagación de nuevos dispositivos que nos permiten pasar más tiempo conectados que *off line*, el impacto todavía poco analizado de la ubicuidad en nuestras vidas (esto de poder estar, al mismo tiempo, en todas partes y en ninguna), plantea nuevos e interesantísimos desafíos de conocimiento. Y, tratándose de una materia como Introducción a la Investigación, hasta podríamos decir que el desafío es doble. Porque ya no sólo se trata de recorrer los primeros pasos en el camino del hacer científico, sino también de acompañar a los alumnos en un paseo por un universo para ellos muy familiar y, al mismo tiempo, peligroso por lo que tiene de dado, de cómodo, de pre-digerido. Por eso, si el eje de la asignatura es la generación del conocimiento, los modos de hacer ciencia, los métodos de validación y de progreso en el saber, una cuestión tan importante como ésta es la reflexión permanente sobre el propio pensamiento. ¿Cómo sé lo que sé? ¿En qué me baso para asegurar lo que afirmo? ¿Cuáles son mis fuentes? ¿Cómo sé que son confiables? Hoy, más que nunca, la duda se instala como ejercicio permanente, y los trabajos de la cursada son, pretenden ser, aproximaciones graduales a una serie de verdades que deben ser devaladas. Justamente, porque rara vez lo que de verdad importa saber se encuentra en la red de redes.

Producción de los estudiantes

Eco bleff. El espejismo verde

Bianca Rossoti

Todos decimos estar interesados por el cuidado del planeta pero, ¿Qué estamos realmente dispuestos a sacrificar por el medio ambiente? En estas últimas décadas, muchas perso-

nas comenzaron a interesarse por los recursos naturales y, dado que somos dependientes de la naturaleza, a preocuparse por su preservación. Sin embargo, y a pasar de todos los proyectos que se han puesto en marcha, a nivel social no ha habido cambios relevantes en lo que respecta a disminuir los niveles de consumo. Eso abre una pregunta que es el motor de esta investigación: en una sociedad de consumo y descarte, ¿Es posible ser realmente ecológicos?

De la expresión al consumo: ¿Por qué el diseño gráfico ha dejado de ser considerado arte?

Jorge Andrés Amado Pereira

Partiendo del análisis de nuestra sociedad de consumo, la presente investigación se propone indagar los motivos por los cuales el diseño gráfico no es hoy considerado arte, cuando de hecho el arte y el diseño formaron parte de una misma disciplina al menos hasta 1836. Para eso, se analizará la sociedad de consumo actual y se indagará en el arte como medio de expresión global. Al mismo tiempo, se investigará en el área del diseño gráfico en tanto disciplina aplicada al apoyo de la renovación del consumo. ¿Es arte o no lo es? ¿Realmente se puede hacer divisiones tajantes en campos que tienen mucho en común? De todo esto tratará este trabajo.

La vuelta al mundo en un solo click: la evolución del turismo 2.0

Josué Emmanuel Huarhua Vallejos

La tecnología y la explosión de Internet en la última década ha afectado en diversa medida a distintos sectores de la economía. Entre ellos se cuentan las agencias de viajes, ya que en un mundo en donde hoy es tan fácil llegar a cualquier lado, y cada vez más personas eligen organizar sus viajes con ayuda de distintos sitios web, son muchos los que prefieren esta opción por precio y comodidad. Frente a esto, ¿Cómo harán las agencias de viajes para sobrevivir? ¿Cómo ya lo están haciendo? La presente investigación indagará en ese tema.

Grabomanía. La fiebre de grabarlo todo, o cuando la tecnología cambia nuestra experiencia en un recital

Iván Nicolás Vega

El avance de la tecnología vino de la mano de nuevos usos y costumbres en lugares nunca antes pensados. Es así que, por ejemplo, hoy vamos a eventos musicales a filmar y a retratar a nuestros artistas favoritos en lugar de simplemente disfrutarlos. Celulares, cámaras y otra clase de dispositivos nos permiten plasmar las experiencias vividas pero, ¿Para qué se filma realmente? Este es el interrogante que se propone dilucidar la presente investigación.

Abrir los ojos para cerrar la boca: la publicidad engañosa en la industria alimentaria

Marysol Viola

¿Sabemos realmente qué comemos? ¿Por qué nunca revisamos lo que nos llevamos a la boca? A partir de preguntas

como éstas, la presente investigación buscará determinar cuáles son las maniobras utilizadas por la publicidad de alimentos para engañar a los consumidores. Por ejemplo, ¿Desde cuándo el baño de chocolate no es realmente chocolate? ¿Cómo es que la falta de información lleva a las personas a alimentarse de manera incorrecta? ¿Existe alguna ley que proteja al consumidor? ¿Cuáles son los compuestos que más se utilizan para reemplazar a los genuinos? ¿Qué marcas juegan con la composición y promoción de los alimentos? Estas serán algunos de las múltiples preguntas que esta investigación se propone responder.

(Ver trabajo completo en p.)

BTL: el poder del factor sorpresa

Desireé Padrón Frías

Los mercados han evolucionado, los consumidores han cambiado radicalmente sus gustos y cada vez resulta más difícil sorprender o alterar estilos de vida ya establecidos. Es por ello que se buscan nuevos modos de comunicación y es aquí donde surge la publicidad *Below The Line* (por debajo de la línea, o BTL), una técnica de marketing dirigida a segmentos específicos. Esta se caracteriza por el empleo de altas dosis de creatividad con el objetivo de llamar la atención y afianzar la relación marca-consumidor. Ahora bien, ¿Qué impacto emocional tiene la publicidad de este tipo? Para determinarlo, esta investigación se centrará en el caso de la marca de cosméticos Natura y puntualmente en su propuesta Casa Natura.

Entre el arte y el diseño

María Victoria Menéndez

Arte y diseño son manifestaciones que tienden a complementarse pero, al mismo tiempo, al abrir un debate: ¿Puede un diseñador ser un artista? Para adentrarse en esta cuestión, habrá que pensar en primera instancia que el diseño constituye esencialmente una herramienta estratégica destinada a comunicar que puede tener o no un fin comercial. El arte, en cambio, no tiene por objetivo comunicar ninguna otra cosa que no sea la visión personal de un determinado artista. La presente investigación indagará entonces en los parecidos, diferencias y cruces entre ambas disciplinas.

Street Art. Transformaciones de la calle al museo

Ana Karen López Rodero

A partir de los años 80 del siglo pasado, surgen una serie de artistas independientes que, en distintas ciudades del mundo, utilizan la calle para exponer su arte. Las técnicas empleadas han sido muchas: graffiti, sténcil, fotografías, etc. Pero, ¿Cómo es que en algún momento esta clase de arte comienza a dejar las calles e ingresa a los museos? ¿Cómo es que hoy hay incluso coleccionistas dispuestos a pagar miles de dólares por él? ¿Es real, como creen algunos, que el verdadero lugar del arte callejero es precisamente la calle y que su sentido se pierde por completo fuera de este lugar? La presente investigación buscará algunas respuestas para estas preguntas.

Tecnología, una pasión mundial

Agustín BURGUEÑO

Con la llegada, cada cuatro años, del Campeonato Mundial del Fútbol, se desata en la gente un espíritu similar al que se vive en las celebraciones de Fin de Año. Las empresas, conscientes de esto, utilizan esas fechas para maximizar las ventas y comercializar desde televisores hasta plasmas, LCDs y muchos otros dispositivos. De hecho, muchos productos parados en otros momentos ven incrementadas sus ventas en épocas mundialistas. ¿Por qué? La presente investigación buscará explicar no sólo eso sino también dar cuenta de cómo empresas y agencias de publicidad aprovechan estos períodos para generar negocios redondos.

Yo chateo, tú chateas: el porqué del boom de la comunicación móvil

Irene Belandria

Los chats en dispositivos móviles son hoy un fenómeno en todo el mundo. Son veloces, permiten que cualquiera se mantenga conectado a toda hora y se estima que hay 500 millones de usuarios de estas aplicaciones. Solamente Whatsapp tiene 300 millones de usuarios que intercambian 27 millones de mensajes por día. Las personas se hacen cada vez más dependientes de estos chats, a punto tal que las conversaciones reales están siendo desplazadas por las charlas a través de estos dispositivos. ¿Por qué? ¿Qué es lo que genera tanto interés y qué es lo que ubica a determinados chats por encima de sus competidores? Estas son algunas de las cuestiones que pretende analizar la presente investigación.

El show del yo: la exposición extrema ¿Vanidad o nueva necesidad?

Paula Balarini Ferrari

La presente investigación analizará el fenómeno de la utilización de cámaras y redes sociales para el registro y la difusión de eventos. Se enfocará específicamente en la necesidad que todos tenemos ya no sólo de registrar sino también de compartir y mostrar todo a todos los que nos conocen. Ya no sólo que fuimos sino con quién, qué hicimos y cómo la pasamos. ¿Estarían estas acciones vinculadas con problemas tales como la soledad? ¿Será que suplimos nuestras carencias mediante semejante exposición? El objetivo de la investigación será entonces, descubrir qué es lo que hace que los dispositivos móviles sean hoy una necesidad durante los eventos públicos.

¿Menos es más? Las paradojas de la contaminación visual

Alain Duran Cassou

La vista es el sentido con mayor incidencia en la percepción global del entorno. De allí que la publicidad indiscriminada e invasiva genere un ambiente caótico y de confusión. El problema es que, a menudo, el mensaje se piensa en función solamente del producto y no del consumidor, por lo cual se genera mucha más información de la que podemos procesar. Por sólo citar un dato, hoy 70% de la publicidad de vía pública

en Capital Federal está en infracción. La contaminación visual es cada vez mayor y pareciera ser que no se están tomando medidas al respecto. ¿Por qué? Este es el interrogante central de esta investigación.

Papel en la Era Digital: ¿hay futuro para la impresión tradicional?

Carina Aranda

El diseño gráfico es el mismo desde hace años, pero lo que cambia es el medio (y los medios) a través de los cuales se exhibe ese trabajo de diseño. La presente investigación se propone indagar cuál es el impacto de la Era Digital en la gráfica y la supervivencia o no, de la impresión tradicional en este nuevo tiempo.

Volver a las raíces. Material biodegradable en packs de alimentos

Joaquín Toselli

Desde el inicio de la era industrial, la Tierra se ha ido contaminando por acumulación de residuos no reciclable generados por los procesos en juego. Pero así como hubo quienes se ocuparon de generar la catástrofe, también hay quienes buscan soluciones para el deterioro del medio ambiente. El objetivo de la presente investigación será entonces, doble: investigar cuáles son los materiales biodegradables que podrían emplearse en el envasado de alimentos y líquidos y determinar por qué razón no se los emplea más a menudo.

Docente: Marisabel Savazzini

Abstract del docente

La presente comisión reúne en sus producciones temáticas de investigación que recorren tendencias emergentes de muy diversa naturaleza. La inquietud de los estudiantes transita por territorios vinculados fundamentalmente a la Fotografía, Imagen y sonido e Historietas.

Se ha ponderado la búsqueda de referentes empíricos legitimados en el campo disciplinar para que los estudiantes efectúen sus entrevistas con el fin de rastrear información, perspectivas, sugerencias que guíen y acompañen el proyecto de investigación. Así como también se ha estimulado a los estudiantes a la búsqueda de fuentes teóricas que conceptualicen las categorías y conceptos que sustentan el proyecto.

Producción de los estudiantes

VIPSisters: indumentaria y fotografía

Ángel Hernández Naranjo, Fabiana Páez Verde y Kevin Magallanes Guevara

Todo proyecto de investigación debe abarcar un área disciplinar, en nuestro caso comprende dos disciplinas, la fotografía

y la publicidad. Luego de un recorte del tema a través de una lluvia de preguntas, logramos estructurar nuestra pregunta fundante. La misma es: ¿Cómo influye la fotografía en el éxito de una marca como VIPsisters?

Para llegar a su respuesta analizaremos las áreas (Fotografía y publicidad), el tema (marca de ropa) y el objeto (VIPsisters); también recolectaremos la información que ya pueda existir sobre dicho tema.

Las entrevistas exploratorias que ya hemos realizado, nos han permitido conocer como dicha marca logra dar a conocer su trabajo, y como los proyectos fotográficos ayudan a que el mercado de la marca crezca y el público o receptores se identifiquen mejor con esta.

Para llegar a su conclusión tendremos que recolectar información bibliográfica que nos sea útil, y así poder alcanzar todos los objetivos propuestos al comenzar el trabajo.

Identificar si se da algún mensaje sobre la ropa a través de la fotografía y descubrir como esta puede influir en el éxito de la marca, son los objetivos principales de nuestra investigación. Y como objetivos específicos; conocer el target, las épocas en las que se inspiran, los conceptos fotográficos que utilizan para sus campañas, qué métodos de marketing manejan, qué fotógrafos los inspiran, los factores que influyen en el proceso de creación y conocer a través de que medios llegan las fotografías al receptor.

Al completar toda nuestra investigación de una manera sistemática, esperamos obtener la respuesta a nuestra pregunta fundante.

¿Que está tramando el sensor? Sensor fotográfico y su relación con las tramas textiles

Manuel Aular Alvino, Alexia Hasbun Guandique y Marcela Mayorga Sánchez

En la cámara como en la vida real, la luz es condicionante del aspecto, siempre se puede encontrar la forma de cambiar la realidad aparente con un simple cambio de iluminación, de esta forma los colores, texturas, y tramados de las telas pueden ser modificados fácilmente.

Por otro lado, la relación que existe entre la luz reflejada por los objetos y el sensor fotográfico que registra la imagen es fundamental al momento de la toma fotográfica, cada sensor trabaja de formas diferentes antes las variantes de la luz.

Este trabajo, que nace como la combinación de tres disciplinas de la moda, producción, diseño y fotografía, intenta determinar cuales son los factores necesarios para manejar la luz en sus diferentes comportamientos logrando así un máximo aprovechamiento del sensor fotográfico digital. La forma en la que se intentará llegar a una conclusión es mediante una sesión fotográfica de modas, donde se registrarán diferentes telas en cuanto a textura, color y tramado.

(Ver trabajo completo en p. 9)

La fotografía como retrato de la realidad deportiva argentina

Leonardo Álvarez Hernández, Bárbara Raschetti y Jessica Martínez Knussel

El tema general del Proyecto Final de investigación es la fotografía, dentro de ese campo elegimos basarnos en la fo-

tografía deportiva y como tema central de la investigación, la fotografía como retrato de la realidad deportiva argentina.

La pregunta fundante de nuestro proyecto de investigación es: ¿Que rol cumple la fotografía como retrato de la realidad, es lo mismo si no estuviera?

Para esto decidimos llevar la investigación hacia un suplemento deportivo: el diario *OLE*. El mismo aparece tanto en formato digital como impreso y utiliza el recurso de la fotografía como elemento principal al lanzar una noticia a los medios. La fotografía deportiva es un recurso totalmente necesario tanto para informar (como son los medios audiovisuales) como para explicar gráficamente situaciones deportivas que de otra manera seria imposible plasmar, reproducir y dar a conocer.

Para adentrarnos en este campo llevamos acabo una investigación a un informante clave el cual nos brindo información sobre diferentes temas: equipos utilizados, ventajas de los mismos, remuneraciones de acuerdo al tipo de empleo: fulltime o freelance y otras cuestiones. También continuamos con la búsqueda del marco teórico para así completar y poder arribar a algunas conclusiones.

Docente: María Valeria Tuozzo

Abstract del docente

El presente cuatrimestre el proyecto a trabajar e investigar viene signado en términos que tienen que ver con la Moda. Cada grupo trabajará entonces el tema de la Moda en relación a un aspecto particular de la misma que ser fue delineando con la lectura de textos proveniente del libro *Los cuerpos dóciles* de las autoras Croci y Vitale. Trabajados en grupos de investigación la lectura y reflexión de los mismos permitió conocer ámbitos del fenómeno a investigar, conformando así el marco teórico de dichas investigaciones. La elaboración de hipótesis y más tarde de encuestas a llevar a cabo permitirán confrontar las conclusiones obtenidas. Así se concretará el objetivo de la materia que es lograr una aproximación teórica y académica del fenómeno Moda dejando de lado visiones subjetivas, parciales y de sentido común. Atravesar la superficie para observar en profundidad, indagar a partir de tener como conceptos a abordar el imaginario social, sujeto e instituciones provenientes del texto de Esther Díaz, "¿Qué es el imaginario social?".

Producción de los estudiantes

Moda, la imagen comercial ideal

Gilary Samantha Briones Vazquez y Linda del Mar Casanova Coral

Objetivo general:

Analizar los factores que influyen en la sociedad argentina para que la moda sea considerada una representación comercial ideal durante el año 2013.

Mostrar que actualmente la moda es más liberal de lo que era antes.

Establecer las diferencias de llevar ropa de famosos diseñadores y de otros diseñadores no reconocidos.

Comprobar si es muy grande el derroche económico provocado por la moda.

Explicar el fenómeno de la publicidad como comunicadora de identidad.

¿Por qué actualmente el diseño de modas es una de las carreras más elegidas por los jóvenes?

¿Piensan que un buen diseñador se define por la calidad de sus creaciones (tipos de costuras, terminaciones y acabados), por ello sus productos son tomados como fuentes de inspiración e incluso copiados alrededor del mundo?

¿La moda es un negocio? ¿Se basa en el consumismo?

¿La publicidad es el medio que da a conocer a los medios más importantes y a sus consumidores la marca o empresa?

La moda define los roles sexuales de cada género, es decir, su comportamiento, por ello hoy en día la moda es más liberal de lo que era años atrás.

(Ver trabajo completo en p.)

Cambios de Moda. Iconos

Nicole Raquel Cohen, Patricia Cristina Naya Weil y David Enrique Jerves Malo

El grupo investigará los cambios de Moda y la influencia de los íconos relacionados con el cine; cómo es el proceso por el cual los sujetos se sienten influenciados y atraídos a adoptar diversos estilos y looks.

La moda y la Publicidad

Nicolás Font, Romina Paola Meza y María Daiana Galli

Nuestra investigación se enfoca en la importancia de la publicidad en el mundo de la moda. De qué forma se logra manipular el pensamiento de las personas, comenzando por la creación de un único modelo de "vida" o cuerpo perfecto, el cual se convierte en el imaginario social de los individuos. Para ello, planteamos las siguientes preguntas y a partir de ello, nuestra hipótesis.

¿Cómo influye la publicidad en los individuos?

¿Cómo se relaciona la publicidad con la moda?

¿Cómo influye la publicidad en las marcas?

¿Por qué la publicidad es tan importante en el mercado?

¿Cómo influye la publicidad multimedial en la moda?

¿Los medios de comunicación tienen peso sobre los cánones de belleza?

¿Cuál es el prototipo de moda que aparece en las publicidades?

El prototipo de moda que aparece en las publicidades involucra a mujeres jóvenes, delgadas, estilizadas, con vestimentas de última moda, audaces femeninas para que cada mujer, a través de la publicidad pueda sentirse identificada. De este modo, al dar esa única imagen de mujer en las revistas, en la televisión, internet y en otros medios donde se publicite, y en los cuales millones de personas tienen acceso, influye y aporta para crear este único imaginario social. Esto ocurre tanto en mujeres como en hombres. Al crearse un único estereotipo de belleza, la gente se agrede principalmente con la contextura física, el color de piel, etc. Los medios no tendrían que funcionar como ejemplo pero lamentablemente son un espejo de la sociedad o un modelo a seguir también. Cuando

se realizan desfiles, producciones de moda o al buscar un modelo/a para representar a las distintas marcas de indumentaria, se busca que cumplan con ciertos requisitos estéticos, ya sea extrema delgadez y belleza. Las publicidades de moda no recurren a modelos que se asemejen a los consumidores promedio, sino que se basan en el imaginario social de éste.

Moda y sociedad. La estratificación

Lucía Enrico, María Lucila Micheli y Melanie Mara Philippens

El presente grupo de investigación se adentrará en las cuestiones que hacen a la conformación de la moda y su relación con las clases sociales y las formas de estratificación.

La moda y la música

Laura Catalina Tovar Rueda y Milagros De Lucia

El grupo investigará la relación que existe entre la moda y los grupos musicales, en especial atención al género del rock. Cómo esos gustos musicales se evidencian o no en la estética particular de cada sujeto.

Moda y gráfica

Camila Andrea Harambour Nieto y Alicia Cristina Lopez Chavez

Este grupo de investigación se centrará en la relación estrecha entre la moda y las revistas que son su difusión, en particular el caso de la revista Cosmopolitan y cómo lleva a cabo la representación de los valores, normas e imaginario que circunda a la Moda y los sujetos consumidores y usuarios.

Docente: Marcia Veneziani

Abstract del docente

Los estudiantes que cursan la materia Introducción a la Investigación provienen de las más variadas disciplinas de la Facultad de Diseño y Comunicación, lo que permite obtener una pluralidad de miradas sobre aquellos temas que interesan a los alumnos que ingresan a la Universidad.

La materia los introduce en el conocimiento y empleo de las herramientas metodológicas para iniciar a recorrer el camino de la investigación. Elegir un tema, plantear un problema, objetivos, formular preguntas e hipótesis posibles para luego intentar probarlas o refutarlas, es un desafío que se presenta como el comienzo de un camino de reflexión más profundo que implica además, la redacción de un informe académico.

Los trabajos aquí reunidos reflejan el comienzo de un recorrido que indaga en cuestiones actuales y tendencias del mundo del diseño en general.

Los mismos profundizan las diversas temáticas abordadas, aplicando diseños tanto bibliográficos como de campo. En las disciplinas del diseño, estos últimos se consideran esenciales: las tendencias pueden ser detectadas con una mayor

precisión a partir de técnicas de observación y por medio de entrevistas a referentes de cada sector.

Así, los estudiantes deben sumar la experiencia a la bibliografía encontrada para pensar las cuestiones abordadas con un pensamiento crítico y al mismo tiempo fundamentando cada una de las afirmaciones realizadas.

La semana de Proyectos Jóvenes se torna así, en un momento precioso donde se recupera “el debate” en el ámbito del claustro académico entre los diversos ponentes acerca de las investigaciones en desarrollo.

El docente de la materia Introducción a la investigación se convierte de este modo, en una suerte de guía del proceso investigativo, orientando a los estudiantes en la aplicación y elección de un método para ahondar en el proyecto elegido, incentivándolos a la vez en la profundización de las diversas temáticas para el desarrollo de futuras investigaciones.

Producción de los estudiantes

Carmen, Un vestuario seductor para un espíritu libre

Sofía Pizzo, Azul Daicz Goloboff y Mario Andrés López Benavides

Esta investigación trata sobre el vestuario de la ópera Carmen, dando así a conocer el carácter revolucionario de Georges Bizet; quien expresó en 1863 una ópera cargada de provocación para el contexto histórico en el que se encontraba. Para el presente trabajo se eligió la última versión de Carmen con el fin de analizar un vestuario más actual que llama la atención por su ambientación en la post guerra a finales del siglo XIX. Se considera que ésta sería la versión que menos se acerca aquella de Bizet.

El color de los sentimientos

Julietta Escobar Iurevich, Inés Rico y Cecilia Toccalino Otero

La presente investigación abarca la temática del color y como éste podría generar en las personas determinados sentimientos de manera universal asociados a cada uno de ellos, lo que significaría un recurso comunicacional sumamente importante no sólo para el diseño gráfico sino también para otras áreas vinculadas al diseño, ya que permitiría una interpretación certera de los conceptos que se desean comunicar a través de cualquier objeto (siempre y cuando los colores se utilicen apropiadamente). Además, significaría poder emplear una herramienta que incluya a todas las personas, independientemente de su cultura o edad, es decir, sin límites de ningún tipo, lo que permitiría que el mensaje a comunicar sea masivo. Esta investigación se basa en la teoría de Eva Heller en contraposición con otras teorías convencionales del color que implican el aspecto perceptivo del mismo, e intenta hacer de esta información un nuevo recurso válido para el diseño. (Ver trabajo completo en p.)

El universo SAEL

Ignacio Pisman y Maximiliano Corsi

En esta investigación se estudia, entrevista y se da a conocer a José Alfonso alias SAEL, emergente diseñador y artista

multifacético en el ámbito local. El estudio se enfoca específicamente en sus comienzos como artista y diseñador, tanto visual como gráfico. Asimismo se indagará acerca de los referentes en su vida, estudios realizados, materiales con los que trabaja y/o se inspira y sus influencias más importantes a la hora de crear.

En primer lugar, se estudia la historia del diseño gráfico argentino desde 1983 a 2005 para poder contextualizar al artista y dar a conocer sus inicios dentro del diseño.

En segundo lugar, se pretenden exponer las diferentes concepciones y visiones del diseño gráfico en la República Argentina. Para ello se han seleccionado dos diseñadores argentinos, por un lado un referente del diseño local, con gran reconocimiento internacional, Ronald Shakespear / Shakespear Estudio y por otro, nuestro objeto de estudio, el emergente José Alfonso ‘SAEL’.

El video clip del rock argentino

Daniel Fernández Aguilar

Este trabajo de investigación pretende analizar la producción y realización de diferentes directores de videos clips del rock argentino, enfocándose en las diversas variantes de rock y la evolución de la estética visual que desarrolla este género. El video clip en el rock argentino, es un tema común para muchos. Por conocimiento natural se puede llegar a la conclusión que el rock argentino es parte esencial de la cultura de este país. De esta manera, la importancia del mercado del video clip en el género del rock, se amplía tanto en su producción como así también en su exhibición.

Manga vs. cómic en la Argentina

Victoria Dodaro, Lucía Di Giorgio y Cecilia Gilio

El siguiente trabajo tiene como objetivo diferenciar el manga del comic, citando las características de ambos en cada caso; distinguiendo el tipo de personajes que conforman sus historias y observando el impacto de ambas tendencias en los jóvenes argentinos de 15 a 30 años. En cuanto a éstos, se analizará cuál impacta más en los jóvenes, por qué prefieren uno sobre otro y en qué aspecto los influye personalmente. También, se ahondará en las razones de cómo y por qué se identifican con determinados personajes y/o historias sin importar si es *manga* o *cómic*, sino tomándolo como un reflejo de su personalidad o características psicológicas reprimidas y manifestadas mediante estos medios de expresión. Esta investigación pretende servir como aporte académico a la Facultad.

Ropa ecológica, mucho más que indumentaria

Valentina De Vincenzi y Camila Costa

La presente investigación trata acerca del diseño y producción de indumentaria sustentable, incluyendo aspectos como el comercio justo, las condiciones que deben respetarse para que la indumentaria sea respetuosa con el medio ambiente, las materias primas utilizadas para el rubro, entre otras cuestiones.

El trabajo explica los motivos por los cuales la indumentaria sustentable es importante para el cuidado del medio ambien-

te, los requerimientos para realizarla de forma correcta y sus vinculaciones con la moda, dado que, desde el punto de vista expuesto, puede suponer mucho más que indumentaria.

Se partirá de la hipótesis El comercio justo es la forma de desarrollo que más beneficia al diseño de indumentaria sustentable; incluyendo información bibliográfica y de campo, además de una entrevista a un referente del área.

Jugoso mal

Paola Yasnaia Gayá

Se investiga la historia de *La naranja mecánica* desde sus raíces, dándole importancia a los precursores reales que impactaron en el autor para escribir la novela. Se realiza un recorrido

por la violencia que vive en sus personajes haciendo especial hincapié en el arte que los rodea, desde la música hasta el vestuario y no se pasa por alto el *nadsat* (idioma inventado por Anthony Burgess).

La representación cinematográfica realizada por Stanley Kubrick, resultó ser la causante de que la obra quedara inmortalizada, por lo tanto, también ha sido incluida en la investigación, explicando cuáles son las características visuales, sonoras y sensitivas que hicieron que el espectador se sintiera impactado.

Por último, se describe lo que significó para el autor convivir con su obra, con las dos versiones que resultaron de la misma (la novela escrita y la película) y con las múltiples interpretaciones por parte del público a lo largo de los años.

(Ver trabajo completo en p.)

Trabajos ganadores del Concurso Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Segundo Cuatrimestre 2013

(presentados por cátedra)

Docente: Mónica Patricia Balabani

Papel piedra (Primer Premio)

Carolina Herrera, Martina Giordano y Caterina Trama

Introducción

La deforestación es un gran problema no solo en nuestro país, sino en todo el mundo. La tala indiscriminada de árboles se lleva a cabo, generalmente, por dos grandes motivos: por dinero o por los agricultores que necesitan espacio para sus cultivos o pastoreo de ganado. Esto está provocando la pérdida de selvas tropicales y bosques pluviales que, se estima dentro de 100 años, podrían desaparecer por completo si se sigue talando a este ritmo. Se pretende que se tale de forma balanceada mediante la plantación de nuevos árboles en lugar de los viejos y el reciclado del papel para seguir frenando este proceso. Como es provocado por el ser humano, entre todos podemos ayudar (Deforestación,2013).

Conclusión

En un principio creímos en la posibilidad de substituir al papel convencional por el papel piedra, por eso decidimos profundizar los conocimientos sobre este nuevo producto.

Sin embargo debido a algunas características que posee este nuevo producto, como sería la poca durabilidad del papel o los costos que genera la creación de éste, no creemos que sea una alternativa capaz de suplantar al papel convencional. Por otra parte, se trata de un producto muy atractivo debido a la capacidad de impermeabilidad, que permite la utilización de este material bajo el agua y también por su fabricación totalmente libre de contaminación.

Generando entonces una alternativa sustentable para la elaboración de packagings ecológicos y biodegradables.

Gracias a la entrevista, sabemos que la empresa creadora de este innovador material, continúa investigando sobre como alargar la durabilidad de esta nueva clase de papel. Por lo tanto, no descartamos la posibilidad de que en un futuro el papel piedra se convierta en un papel capaz de substituir al papel convencional a largo plazo aunque hasta el momento se trate de un material generalmente desconocido tanto en consumidores como en imprentas o sectores relacionados con el papel.

Para llevar a cabo esta investigación hemos recurrido a la información oficial sobre la empresa creadora del producto, sin embargo en la red no hemos encontrado estudios sobre este material o investigaciones sobre el modo de fabricación del mismo, dificultando la tarea de investigación y generando dudas entorno a la fase de creación del producto ya que la información que se consigue no es amplia. Al tratarse de un

proceso de fabricación libre de contaminación debería ser un método conocido o difundido debido a que es un producto interesante siendo comercializado hace varios años y distribuido cada vez en más países del mundo, a su vez podría reducir considerablemente los problemas de deforestación o contaminación.

Los envases que necesita el medio oriente

(Primer Premio)

Ignacio Ilnier

Introducción

En el siguiente trabajo de investigación se conocerá acerca del impacto ambiental, una problemática de nivel global que día a día es cada vez mayor, y las formas de combatirlo a través del diseño y el desarrollo sustentable, dándole lugar a productos cuyos envases generan un bien al medioambiente. Llegado al caso de aplicarse medidas propuestas por Kor Water, Sigg y Sun Chips, que se verán a continuación, es posible frenar e incluso revertir la amenaza en cuestión.

Conclusión

Debido a la investigación realizada concluimos que la implementación de nuevos envases con materiales reutilizables o biodegradables es esencial ya que es una problemática que afecta no solo al medioambiente sino también a nuestro estilo de vida.

Mientras haya un consumo desmedido de productos, se seguirán desperdiciando envases, lo que conlleva al incremento de residuos diarios. No son sólo estos envases los que ayudan a revertir el daño ya ocasionado sino también los hábitos de vida de las personas mismas. Si no se genera conciencia de las consecuencias de nuestros actos, difícilmente se produzca una mejora en nuestro medioambiente. Es por eso que ciertas alternativas como campañas publicitarias o de concientización parecen ser indispensables a la hora de generar el verdadero cambio.

Como estudiantes de diseño industrial, aprendemos a producir, no solo para que la gente consuma, sino para que también produzca, y el lector se preguntará "¿Producir qué?": un cambio.

Sin embargo, como explicaba Eric Barnes, generar estos materiales es un proceso que no llegó aún a su auge pero con el paso del tiempo y la implementación de nuevas tecnologías, ese cambio podría estar más cerca de lo que pensamos.

Por consiguiente se comprueba la hipótesis ya que la implementación de estos envases reduce y mantiene en equilibrio el impacto que generan distintos productos en el medioam-

biente, convirtiéndose así en envases revolucionarios para nuestro ecosistema y nuestras vidas.

Iluminación sustentable (Segundo premio)

Gonzalo Bianchi

Introducción

Sabiendo que la iluminación sustentable puede ser una solución para el consumo eléctrico en los estudios de diseño gráfico, se investigará e indagará sobre los posibles factores que han llevado al consumo indiscriminado de la electricidad, sus problemáticas y las distintas energías y tecnologías que pueden contribuir a mejorar el uso de la energía eléctrica. Se entrevistará a un arquitecto especializado en lumínica para poder obtener conocimientos sobre el tema y se formulará una síntesis de todo lo tratado en la investigación al final del texto.

Conclusión

Luego de haberse investigado diversas tecnologías relacionadas al consumo de energía y la emisión de luz ambientada en edificaciones internas, las cuales son implementadas por algunos países del primer mundo como alternativa de consumo sustentable, se llega a la conclusión que si bien en Argentina no es de implementación popular, con tiempo e inversión a largo plazo se puede lograr un aprovechamiento de ellas, bajando así los niveles de consumo energéticos que en horas pico de demanda provocan cortes eléctricos en las ciudades más grandes del país.

Estas tecnologías son usadas escasamente, en el caso de las lámparas de bajo consumo hay una excepción porque lentamente se están reemplazando en el mercado dejando atrás a las bombillas convencionales, pero no son imposibles de obtener dado a que la industria argentina cuenta con recursos viables para producirlas a nivel de capacidad tecnológica para el desarrollo y producción.

Luego de haberse realizado la entrevista con la Arquitecta Marlene Aquino, en la cual se corroboró la información investigada, se afirma que la hipótesis de usar tecnologías de obtención de energías e iluminación sustentable reduce la contaminación que producen los sistemas actuales para obtener energía eléctrica a base de petróleo, gas, y fusión nuclear, los niveles de energía consumidos por las lámparas, y el desecho que estas mismas producen al ser desechadas.

Cine y teatro ecológico (Segundo premio)

Michelle Noboa Loor y Araceli Fiorentino

Introducción

Hace más de un siglo a raíz de la industrialización y demás avances tecnológicos la contaminación empezó a ser un gran problema con el que el hombre, principal causante de la misma, tuvo que lidiar para contrarrestarlo. Y hace ya algo más de medio siglo que se sabe a ciencia cierta que el calentamiento global es un hecho, y un mal que diariamente repercute a nivel mundial. Las maneras de educar a la gente han sido innumerables, y a raíz de esta necesidad de concientizar a las grandes masas surgieron varios medios entre los más destacables se encuentran el cine y el teatro. En la actualidad los

medios de comunicación se han convertido en un mecanismo de conciencia para la sociedad, desde películas animadas para niños y películas con efectos especiales de catástrofes para adultos, hasta grandes festivales que motivan y desarrollan la preocupación por la ecología. El cine no solo ha conectado al hombre con la naturaleza y paisajes exóticos, sino que en ocasiones es un militante activo en la lucha por la defensa del medio ambiente. Gracias a su lenguaje audiovisual cargado de emociones, podríamos afirmar que es una de las vías con mejores resultados a la hora de hablar directamente a la conciencia humana.

Por otro lado, el teatro a su vez ha empezado a formar parte de esta ideología y ha adaptado a sus diferentes obras temáticas medioambientales de gran acogida para educar al público sobre esta realidad. Incluso el teatro ha sido ejemplo de reciclaje ya sea de utilería o de vestuario desde algún tiempo atrás. El teatro ecológico es un movimiento innovador y creativo que incita de una manera divertida a niños y adultos la iniciativa de hacer un cambio para un mejor bienestar ecológico. El objetivo principal del trabajo es señalar el concepto de sustentabilidad ligado a la ecología y medios audiovisuales de comunicación (teatro y cine ecológico) y los beneficios que puede acarrear si todos los seres humanos empezamos a crear conciencia ecológica, además de cambiar y frenar el impacto negativo de las costumbres humanas que han dañado seriamente al medio ambiente.

Conclusión

La contaminación ambiental ha llegado a un punto en donde no hay marcha atrás, y depende de nosotros cuidar hasta el máximo aquello más importante que de a poco hemos destruido: nuestra Tierra. En la actualidad los medios masivos de comunicación tienen un alto impacto sobre las personas y se han convertido en un mecanismo de conciencia para la sociedad. El cine y el teatro ecológico no solo han conectado al hombre con la naturaleza, sino que en ocasiones son militantes activos en la lucha por la defensa del medio ambiente. Gracias a su lenguaje audiovisual cargado de emociones, podríamos afirmar que es una de las vías con mejores resultados a la hora de hablar directamente a la conciencia humana. A lo largo de la investigación pudimos comprobar la hipótesis, ya sea mediante la entrevista realizada a Tata Guzman hasta artículos personales donde las mismas personas de la comunidad, demuestran su responsabilidad social mediante diferentes propuestas de trabajo para el cine y teatro ecológico. También descubrimos diferentes fuentes donde se apoya la afirmación de la hipótesis, sea mediante Internet con videos e correos electrónicos a favor de campañas o mismo por la televisión, que siendo uno de los medios de comunicación con mayor impacto, nos brinda información de que hacer respecto a la gravedad que sufre nuestra tierra a través del arte. Sin lugar a dudas, el cine y el teatro ecológico, más que proponer un problema ambiental, tienen como objetivo fomentar un cambio en las actitudes humanas, y es tal el entusiasmo que irradia, que las personas han empezado a concientizarse y movilizarse al respecto.

Docente: Mariana Bavoleo

Neumática: las nuevas tendencias en el uso del caucho para el diseño de accesorios sustentables (Primer Premio)

Micaela Villalba, Agustina Alegre y otros

Introducción

En la presente investigación se abordará el tema del uso de materiales reutilizables o sustentables basándose puntualmente en la marca Neumática, quien realiza una serie de accesorios realizados con caucho en desuso obtenido de ruedas de camiones, autos, bicicletas, etc. La elección de la temática surge de la necesidad de indagar sobre los nuevos usos del caucho, un material noble y con el que se puede lograr objetos con diseño cuidando el medio ambiente.

Se considera que es importante investigar sobre Neumática y las nuevas tendencias en el uso del caucho para el diseño de accesorios sustentables; Ya que en los últimos años han surgido diversos cambios climáticos producto del calentamiento global, la mala disciplina del ser humano en cuanto al reciclaje y el cuidado del planeta, y diversos factores que generan que todos los aspectos relacionados al consumo consiente y la sustentabilidad estén en pleno auge por lo tanto resulta interesante el hecho de indagar sobre este material alternativo utilizado por la marca para darle una segunda oportunidad a un material que tarda alrededor de 500 años en degradarse por completo, lo cual afecta al medio ambiente y por ende a todos los seres que habitan el planeta.

Para la realización de esta investigación se partirá desde un objetivo principal que se centra en: Analizar el diseño de los productos que ofrece la marca Neumática y evaluar si los nuevos usos del caucho determinan o condicionan el proceso creativo de accesorios. Para intentar cumplirlo se tendrán en cuenta otros objetivos secundarios tales como: Describir el proceso que recibe el material antes de transformarse en un producto ya que con esto se podrá entender mucho más la importancia que tiene el emprendimiento para la sociedad y determinar si estos procesos son indispensables para la realización de los productos que ofrece la marca. Por otro lado, se busca establecer cuáles son las estrategias de comunicación, diseño y comercialización de la marca ya que con esto se puede. Otro objetivo secundario a tener en cuenta es que a lo largo de la investigación resulta importante indagar y establecer cuáles son las estrategias de comunicación, diseño y comercialización de la marca para darse a conocer a sí mismos y por otro lado para concientizar de manera ecológica sobre esta nueva tendencia en el consumo de productos de diseño realizados con materiales sustentables y reciclados.

Resulta pertinente el planteamiento de un objetivo tal como: describir el tipo de usuario objetivo del producto y analizar cuál es el impacto que tiene en los consumidores el uso de materiales alternativos en el diseño de productos, ya que es importante no solo conocer el producto y el material sino que también a quien va dirigido y cuál es el impacto que este provoca en estos consumidores.

Con la siguiente investigación se pretende informar y concientizar sobre la utilización de nuevos materiales alternativos que ayudan al cuidado del medio ambiente sin dejar de lado la innovación no solo en su morfología sino que también en la operatoria de realización de los mismos.

Conclusión

Al comenzar la investigación se propuso analizar el diseño de los productos que ofrece la marca Neumática y evaluar si los nuevos usos del caucho determinan o condicionan el proceso creativo de accesorios. A partir de los elementos de recolección de datos utilizados: entrevista, encuestas y observación de la carta de productos ofrecidos por la marca se puede afirmar que Neumática, al utilizar como único material las cámaras de caucho, y estas al tener forma curva resulta inevitable que se tengan que adaptar a esta para realizar sus productos. Por lo tanto, teniendo en cuenta la palabra de su creador y la opinión de la muestra entrevistada se puede afirmar que el uso de este material condiciona el proceso de diseño. Lo cual permite que sus productos: accesorios como carteras, bolsos, billeteras y cinturones sean originales ya que poseen formas orgánicas y curvas propias del material utilizado. Si bien en cuanto a la morfología prevalecen estas formas, se puede ver como logran una fusión entre estas y formas más rectas y geométricas.

En conclusión la carta de productos ofrecida por Neumática se caracteriza principalmente por estar confeccionados con un material sustentable y novedoso el cual permite crear nuevas formas y que cada uno de los accesorios sea distinto al otro debido a la impresión de la cámara contra el asfalto. Por otro lado están contruidos casi en su totalidad por este material evitando tener desperdicios, como para seguir con la idea de reciclaje y reutilización. Los únicos materiales que suelen utilizar además del caucho son: textiles para la forrería y avíos como cierres, remaches, tachas y correderas.

Remontándonos a los objetivos secundarios:

- Describir el proceso que recibe el material antes de transformarse en un producto terminado de diseño.
- Establecer cuáles son las estrategias de comunicación, diseño y comercialización de la marca.
- Describir el tipo de usuario objetivo del producto y analizar cuál es el impacto que tiene en los consumidores el uso de materiales alternativos en el diseño de productos.
- Evaluar si la incorporación de materiales sustentables colaboran con el medio ambiente.

Se puede afirmar que se llegó a conocer el proceso que recibe el material antes de transformarse en un producto terminado. El mismo comienza con la recolección de las cámaras de autos, camiones, bicicletas, etc. en gomerías, terminales de colectivos y el cinturón del Ceamse, luego se pasa al lavado del material, desinfectado, clasificación por tamaño y color, corte manual, costura y por último terminación del producto. Siguiendo con los objetivos, en cuanto a las estrategias de comunicación, diseño y comercialización de la marca se puede afirmar que la misma da a conocer sus productos principalmente por medio de internet, redes sociales y revistas, estos medios de difusión son elegidos por la misma ya que son los más consumidos por el público objetivo al cual apuntan. Este se caracteriza por ser principalmente un público femenino de 18 a 25 años. Se considera una buena estrategia comunicacional ya que hoy en día internet y las redes sociales están sumamente incorporados a la vida cotidiana del público joven. En cuanto al diseño la estrategia que decide adoptar la marca es la de ofrecer un producto a un nicho específico de mercado que suele consumir estos productos realizados solo con materiales que cuidan al medio ambiente y por otro lado son exclusivos y brindan la posibilidad de diferenciarse del resto teniendo un pensamiento eco *friendly*. Si nos centramos en

la estrategia de comercialización que utiliza la marca, ya que la misma no apunta a un público tan amplio y se caracteriza por brindarle al cliente un producto específico y original, los canales de comercialización y distribución adoptados son: un pequeño local ubicado en Palermo ya que aquí se concentran los principales exponentes del diseño, la moda y las tendencias emergentes. A su vez se comercializan en distintos locales de objetos de diseño y en ocasiones en showrooms. Por último, ya que a nivel internacional esta tendencia de cuidar el medio ambiente está más instalada, la marca decide comercializar sus productos en países como: Finlandia, Suecia, Holanda, Inglaterra, Bélgica, Alemania, Francia, España, Australia, USA, Hong Kong, Chile y Canadá.

Como último objetivo se planteo evaluar si la incorporación de materiales sustentables colabora con el medio ambiente. Este objetivo se cumplió de manera parcial ya que solo se pudo obtener información por parte del creador de la marca que afirma que las cámaras de caucho de los vehículos tardan 500 años en degradarse, y a su vez si se incineran son altamente tóxicas y contaminantes. La estimación de cámaras en desuso supera las 100.000 toneladas anuales solamente a nivel local. Si bien no se puede llegar a cumplir el objetivo en su totalidad podemos llegar a tener por lo menos una afirmación que existen ciertos materiales como el caucho que tardan muchos años en degradarse, se acumulan e impactan en el medio ambiente. Por esto, es que, cada vez más marcas y emprendedores buscan dejar volar su imaginación y explotar su creatividad dándoles una segunda oportunidad a ciertos materiales.

La inclusión del arte en el diseño de Absolut Vodka: un análisis de la comunicación visual de la última década (Segundo premio)

Victoria Randrup, Clara Lichter y Ana Carolina Valdez Tinedo

Introducción

El tema en el que vamos a profundizar es la inclusión del arte en el diseño en las botellas de Absolut, es un tema que genera mucha controversia a nivel mundial en el mercado de las bebidas alcohólicas.

Los que nos motivó a investigar acerca de este tema fue el impacto que genera la marca a través de un estilo simple y sofisticado. En los últimos años sus campañas publicitarias se ven orientadas hacia el diseño y comunicación, incorporando el uso del arte.

Hasta ahora no se han encontrado referentes sobre este tema ya que este se considera reciente y como resultado de investigar diferentes variables decidimos establecer como objetivo principal, analizar si Absolut vodka marca una tendencia mediante la inclusión de elementos artísticos en el diseño. A través de esta investigación, otro de nuestros objetivos es incorporar nuevos conocimientos acerca del funcionamiento interno de dicha marca internacional vinculada con el desarrollo disciplinario de la carrera de Licenciatura en Publicidad.

Conclusión

A través de nuestra investigación integrada por la diversa información obtenida de las distintas técnicas de investigación entre ellas: las encuestas, la entrevista y el análisis conceptual y visual de las distintas campañas publicitarias de Absolut

Vodka en los últimos años. Gracias a esto pudimos cumplir nuestro objetivo. Analizar la propuesta de comunicación visual de Absolut Vodka y determinar si instala una tendencia estética mediante la inclusión de elementos artísticos en el diseño. Como también los objetivos secundarios: Evaluar las estrategias de marketing y publicitaria de la marca. Analizar los diseños visuales utilizados en las botellas. Identificar los cambios publicitarios en la última década. Medir el impacto que produce la marca en el consumidor.

Con todo lo analizado e investigado sacamos nuestra conclusión para cierre del trabajo. Absolut Vodka no es pionera en cuanto a la inclusión del arte en las botellas pero sin embargo utiliza un concepto publicitario que sigue siendo eficaz desde 1986 hasta la actualidad. Gracias a esto, marco una tendencia notable en el aspecto publicitario en el diseño, dejando en alto la renombrada marca y la creatividad que tiene al momento de crear una nueva campaña y botella.

Todo esto se puede realizar adecuadamente gracias a la correcta realización de la investigación y sus técnicas, junto al debido orden del planteo del problema y todo su desarrollo conceptual.

Docente: Natalia Borghini

La postproducción cinematográfica argentina en la era digital: edición y capacitación (Primer Premio)

Gabriela Zamora

Introducción

La digitalización ha posicionado a los medios audiovisuales sobre otros medios de comunicación, afectando su aspecto, su presentación, la capacitación de los miembros que la operan y la incorporación de las imágenes en el mundo. Sin duda, uno de los medios que más rápido ha implementado su potencial, ha sido el cine (establecido como cine digital), y el cine argentino no es la excepción. Así, y como destaca Jorge La Ferla (2009), hoy en día no hay manera de trabajar en cine sin recurrir en alguna de las etapas a una computadora, destacando que su uso, en lo que respecta a la post-producción, abre puertas a la creatividad, a la estética y a narrativas sin precedente. Así mismo, Andrew Darley (2001) profundiza sobre las características de la postproducción de la post-modernidad y sostiene que el cine digital tiende a construir formas de producción textual que se moldean mediante una intensificación y un aumento de los modos de combinación de imágenes o de montaje.

El siguiente trabajo abarca algunas de las transformaciones provocadas por la digitalización en la post-producción cinematográfica argentina de los últimos catorce años, dado que ésta es la fase en donde existe un alto desarrollo tecnológico (softwares), lo que requirió cambios en la capacitación de los miembros que la operan, y en donde las herramientas digitales están vigorosamente establecidas. Más aún, como destaca Capriles (2003), existe una expectativa social por las imágenes digitales en el campo cinematográfico provocada por la creciente implementación de la digitalización mundial, es

decir, la sociedad, y por sociedad entendemos a los consumidores del arte cinematográfico, influenciada por la implementación de la imagen digital en el cine. Por consiguiente, es necesario entender cuáles son las ventajas de implementar la tecnología digital en la industria local, para que así la Argentina pueda posicionarse como competencia a nivel mundial, además de comprender las expectativas de un público que hoy en día está influenciado por producciones de alto contenido digital, como lo son las producciones de Hollywood. Al mismo tiempo, entender la digitalización, puede llevar a las entidades educativas a preparar mejor a los estudiantes que se incorporan al cine digital argentino.

Conclusiones

La implementación de la digitalización en el cine argentino de los últimos 14 años ha transformado a la postproducción en la presentación, en la creación de imágenes, en la edición, en la capacitación de los miembros que la operan y en su difusión. Según los entrevistados, la digitalización ha transformado a la edición, haciéndola más rápida gracias a la veloz ingesta de material a las computadoras, a la posibilidad de duplicar secuencias, o utilizar el botón undo. Sin embargo, si nos remontamos a la definición de edición brindada por Villain en 1994, previo a la era digital, observamos que dicha definición sigue hoy en día vigente. La edición sigue siendo, "quitar lo malo o inútil" (Villain, 1994. P.29), permitiéndonos concluir, gracias a lo planteado por los entrevistados, que la digitalización no es más que una herramienta que le aporta a la edición un sin límite de oportunidades, pero que no cambia ni su objetivo ni sus estándares. Como todo avance tecnológico, sin embargo, aporta transformaciones que son contraproducentes, y en la ronda de entrevistados, se nota esta leve división con lo que respecta, por ejemplo, a la falta de planificación por parte de algunos editores de la era digital, debido a que resulta más práctico probar que planificar. Si bien coincide que los editores que han trabajado por un extenso período con moviola comparten la misma visión al respecto, y son quienes más planifican en vez de sentarse y probar, no se podría hablar de una división generacional, mas bien de una cuestión de técnicas, debido a que algunos de los editores que han trabajado mayormente con digital, pero que han aprendido de montajistas clásicos, coinciden con lo expuesto por estos primeros. Más aún, son los editores de moviola los que fuertemente destacan que hoy en día, algunos directores, en vez de ensayar las escenas previamente como se solía hacer en los períodos de filmico, graban sin cesar, obteniendo más horas de rodaje que lejos de aportar, le sacan perspectiva al editor. Sin embargo, y pese a pequeñas diferencias en lo que respecta a la técnica, todos los entrevistados concuerdan en que la digitalización es una gran herramienta de la cual se debe sacar provecho.

Con lo que respecta a los cambios en la capacitación, y como destaca Case(2003), podemos concluir, teniendo en cuenta la respuesta de los entrevistados, que los softwares que hoy en día son cada vez mas específicos, requieren una mayor capacitación, ya sea autodidacta o de cursos. Sin embargo, como destacan los entrevistados que trabajaron con moviola por un extenso período, se ha perdido, en algunos casos, la posibilidad del asistente de edición de trabajar con el editor debido a que en la mayoría de los casos el asistente entra en contra turno, y eso, según ellos, es una desventaja porque no pueden sacar provecho de la experiencia de trabajar con rele-

vantes editores, que en tiempos pasados hubiesen aportado mas activamente a su capacitación.

En esta investigación se trabajó sobre las transformaciones que la digitalización ha provocado en la edición y en la capacitación del personal que la opera, dejando afuera el análisis de efectos especiales, como lo son las animaciones en 3D, por ejemplo. En tiempos en donde la animación ha dejado una impronta en el cine Argentino con la producción de "Metegol" de Juan José Campanela, sería valioso plantearse sobre las transformaciones que la animación ha experimentado a lo largo de los años, teniendo en cuenta que el primer largometraje de animación en el mundo fue mudo y fue argentino (El Apóstol, 1917 de Quirino Cristiani). ¿Los estándares de la animación de la actualidad podrán considerarse los mismos que los de hace 96 años atrás?

Docente: Florencia Bustingorry

Los eventos organizados por la Universidad de Palermo (Primer Premio)

Sabrina Crudo y otros

Introducción

La Universidad de Palermo es una universidad privada que cuenta con una amplia variedad de carreras. La misma tiene sedes en diferentes puntos estratégicos de la Capital Federal De Buenos Aires, Argentina. Actualmente cuenta con un aproximado de alumnos alrededor de 14.271, entre carreras de grados y pos grados.

Para beneficio de cada alumno, fuera de sus clases regulares, se les ofrece diferentes tipos de eventos (talleres, charlas, muestras, etc.) de manera totalmente gratuita.

Sabiendo y entendiendo que probablemente no todos cuentan con la misma disponibilidad horaria, se puede visualizar que no todos toman ventaja de dichos beneficios. La realidad es que los motivos aún no los sabemos, por el momento tenemos unos supuestos pensamiento al respecto, pero por medio de esta investigación queremos ir mas allá, averiguando y preguntado a cierta cantidad de alumnos, para poder definir varios puntos que nos gustaría analizar.

Es por ello que vamos a comenzar primeramente definiendo el tema para luego llegar un poco más profundo y de esa manera poder sacar objetivos, justificación, también poder analizar un poco el estado de conocimiento, para luego definir nuestro marco teórico, exponiendo la metodología, y poder sacar al menos pequeñas conclusiones en cuanto a los interrogantes en cuestión.

Conclusión

Esta investigación está basada en los interrogantes que surgieron a raíz de poder ver que los estudiantes de la Universidad de Palermo, específicamente los que asisten a la Facultad de Diseño y Comunicación, tienen la posibilidad de concurrir a cursos, charlas, clínicas, exposiciones y otros beneficios más, de manera gratuita. Es por ello que surgieron preguntas como por ejemplo: ¿Todos los estudiantes están

informados de la existencia de tal beneficio?, aquellos que concurren, ¿Lo hacen por qué está relacionado con lo que están estudiando o por querer un conocimiento propio acerca de lo ofrecido?, y la pregunta que más nos interesaba saber era si realmente cada una de estas actividades ha causado algún impacto en ellos. Todos estos interrogantes nos llevaron a emprender un viaje de investigación en donde descubrimos respuestas sorprendentes.

Docente: José María Doldan

El minimalismo (Primer Premio)

Ana Farizano

Introducción

El término minimalista, en su ámbito más general, es referido a cualquier cosa que se haya desnudado a lo esencial, despojada de elementos sobrantes, o que proporciona solo un esbozo de su estructura.

El término *minimal* fue utilizado por primera vez por el filósofo británico Richard Wollheim en 1965, para referirse al fenómeno de reducción racional que se experimentaba en varias ramas del arte y la arquitectura

El minimalismo es una tendencia estética que afecta fundamentalmente al interiorismo y la arquitectura, pero se difunde a todas las artes y expresiones visuales.

Surge en la década de los 80 en Italia, país que siempre ha sido punto de referencia en el diseño de muebles y ambientes, se implantó como contraposición a otros estilos de la misma época, como el pop art. Frente al colorismo, a la importancia de los medios de comunicación de masas, al fenómeno de lo comercial y de un arte que se basaba en la apariencia, el minimalismo barajó conceptos diametralmente opuestos. Lo fundamental en el estilo minimalista, es la simpleza de los espacios, lo puro, lo horizontal, reduciéndose a lo esencial y careciendo de elementos sobrantes.

Por ello, el lema característico del minimalismo es la célebre frase: "Menos es más", haciendo referencia a los ambientes que contienen pocos elementos decorativos y donde se prioriza la comodidad y funcionalidad de las partes que los componen.

Conclusiones

Teniendo en cuenta la información analizada, podemos afirmar que nuestra hipótesis de la cual partimos, se cumple.

La filosofía del minimalismo tuvo un gran impacto en la Arquitectura y Diseño de Interiores, a consecuencia del gran consumismo de la época, de la saturación de las comunicaciones, buscó a través de estos espacios vacíos, transmitir tranquilidad, resolviendo el caos visual de la vida diaria introduciendo una sensación de orden y serenidad. Es así, que logra construir estos espacios, con un mínimo número de elementos posibles, descartando aquellos elementos que producen ruido visual y que así, las personas elijan cada vez más estos espacios que les permite sentir una sensación de relajación, alejadas del mundo exterior.

La década de 1978 (Segundo Premio)

Isabela Alarcon

Introducción

Durante los años 70, vemos como Italia se recupera después del devastador suceso de la Segunda Guerra Mundial, con ayuda de países como Estados Unidos, la separación del diseño de la industria y la transición a la electrónica de la compañía Olivetti, los grupos más conocidos en esta época, los diseñadores destacados de los 70 con sus obras más importantes en el mundo, el desarrollo del *high tech* y su influencia en el diseño interior.

Desde fines de la Segunda Guerra Mundial aproximadamente, Italia ha sido una gran exportadora de diseño industrial como factor cultural y económico. Arranca a partir de la industrialización del triángulo norteño, Milán, Turín y Génova.

Conclusión

Por lo tanto, podemos ver que las corrientes estéticas tienen cierta duración a diferencia de otras épocas, ya que al separarse el diseño de la industria creó varios movimientos en diferentes partes del mundo, no podemos identificar el diseño en los años 70 con un movimiento específico, ya que se dan un suceso de cambios durante este período que influyen en el diseño.

Pienso que el diseño está en constante crecimiento, el cual debemos aprovechar día a día, no dejar que éste nos opaque, sino congeniar con él.

Docente: Jorge Duarte

Leyes saludables vs. industria tabacalera

(Primer Premio)

Flavia Lorena Ocampo

Introducción

El consumo de tabaco es la principal causa de enfermedad, discapacidad y muerte en el mundo. Cada año mueren más de 5 millones de personas en el mundo a causa del tabaquismo. Se estima que la mitad de los fumadores mueren de una enfermedad relacionada al consumo de tabaco y que viven en promedio 10-15 años menos que los no fumadores. Según estadísticas informadas por el Ministerio de Salud de la Nación, cada año mueren en nuestro país, más de 40.000 personas por enfermedades relacionadas con el tabaco.

La publicidad tiene un rol social destacado, una de sus principales funciones es persuadir, seducir, convencer, manipular deseos a punto tal de convertirlos en necesidades. Todo con el fin de vender un producto o servicio. Podemos decir que a lo largo de los años la publicidad de cigarrillos, ha tenido gran incidencia sobre la sociedad en la iniciación del hábito de fumar. A lo largo de esta investigación, podremos ver como la toma de conciencia Argentina, fue tardía, aunque efectiva. Veremos como la sanción de las distintas leyes han impactado sobre la publicidad gráfica de cigarrillos, a punto tal que la ha hecho desaparecer.

Conclusiones

Para concluir, y luego de un largo camino de investigación, recordaremos nuestra formulación precisa del problema que se cuestionaba. ¿Cómo influyeron las leyes antitabaco en la desaparición de la publicidad gráfica de cigarrillos, establecidas en Argentina desde principios de siglo XX, hasta la actualidad?

En cada uno de los periodos estudiados pudimos ver que era evidente la falta de leyes y regulaciones acerca de las consecuencias del consumo de tabaco. Vimos que a principios de siglo se utilizaban imágenes de niños fumando en las publicidades, las tabacaleras no tenían escrúpulos a la hora de pensar en su negocio. Aunque parece ser que a nadie le importaba que se expusiera a las criaturas ante tal situación. Ya avanzadas unas décadas, pudimos analizar como el status comenzó a ser utilizado como recurso de venta. Se intentaba crear en la mente del consumidor la idea de que fumar los posicionaría de manera diferente ante la mirada de la sociedad. Luego, se amplió el mercado incluyendo a la mujer, creando un cigarrillo femenino, los mentolados. Hacia la década de los años 60, aparecen las publicidades engañosas. Pareciera ser que la nicotina comenzaba a causar algunos estragos, ya que las publicidades ahora informaban acerca de la existencia de cigarrillos con menos nicotina y con filtro, lo cual los hacía menos nocivos.

Ya para fines de siglo, las publicidades dan un giro importante, ya no son los consumidores los que aparecen como protagonistas de las publicidades, sino que se personifican con imágenes el status y de placer. Al mismo tiempo, el Estado Nacional, se encontraba analizando las graves consecuencias que el consumo del tabaco estaba generando en la sociedad. Comenzaba a despertarse la conciencia saludable. Desde el despertar de la conciencia saludable, se ha visto un gran compromiso por parte del Ministerio de Salud de la Nación, y otros organismos no gubernamentales. Ambos han trabajado en distintos proyectos y campañas que tratan de generar una conciencia y educación social acerca de los daños producidos por el tabaco. Que no solo impactan en los fumadores, sino también, en los no fumadores, y en el medio ambiente.

Podemos concluir diciendo que es evidente, que la sanción de las distintas leyes, han influido de manera positiva en la desaparición de la publicidad gráfica de cigarrillos. Los métodos publicitarios utilizados por la Industria Tabacalera para conseguir nuevos clientes han caducado. En la actualidad se encuentra totalmente prohibido cualquier tipo de mensaje publicitario que incite o promueva el consumo de tabaco, y cualquier tipo de mensaje subliminal que intente persuadir a un futuro consumidor.

Finalmente las publicidades de cigarrillos han desaparecido. Todo lo que podemos ver sobre avisos de tabaco, tiene que ver con la concientización de la sociedad acerca de los daños que esta adicción provoca.

Gracias al esfuerzo que hasta el día de hoy realizan el Ministerio de Salud de la Nación y otras organizaciones, con el fin de lograr una sociedad presente y futura sana, y un ambiente libre de humo, hoy existe la posibilidad de pensar en una Argentina Saludable.

Docente: Patricia Flores

La revolución sexual: su llegada e influencia en el cine hollywoodense (Primer Premio)

Tadeo Alejo Berdasco

Introducción

En esta investigación se busca realizar una contribución al conocimiento acerca del impacto y la llegada de la revolución sexual al cine de Hollywood; conocer y analizar cómo era éste antes de la liberación de la moral sexual y cómo fue después, ¿cuáles fueron sus aportes?

Conclusión

La revolución sexual no fue ni un solo acontecimiento, ni sucedió de un día para el otro. Fue consecuencia de una serie de hechos que venían sucediendo hace medio siglo, y a la vez, fue desencadenante de la rotura de muchos tabúes que gobernaban la época. Irrumpe con la moral victoriana y clásica que ya había quedado anticuada; y como todo acontecimiento sociocultural, se expresó y se vio reflejado en todas las artes y medios de expresión.

Específicamente en el ámbito del cine hollywoodense, llega en un momento de censura, donde estaba muy controlado lo que se podía mostrar y lo que no. Igualmente, no deja de ser interesante que esta censura fuera autoimpuesta por la misma industria ya que había sido decretada por un organismo que los mismos estudios habían creado; y que sin embargo, estos intentaban escaparle y evadir sus regulaciones. Es que, "en cierto modo a los grandes estudios los beneficiaba la censura. Por un lado preferían ser autorregulados por un organismo creado por ellos mismos a someterse a una censura impuesta por el gobierno". (Fernández, 2010). Por otro lado, el hecho de que la mayoría de las películas extranjeras e independientes no consiguieran la aprobación y por ende, no fueran exhibidas, beneficiaba a las grandes producciones de los grandes estudios estadounidenses. Sin embargo, la llegada de las nuevas ideas revolucionarias, la apertura cada vez mayor a lo que sucedía en el resto del mundo, y la rotura de viejos tabúes, no era compatible con los ideales que profesaba el código. "De hecho fue la mayor demanda de estas películas europeas minoritarias y más realistas, a partir de los 50 y 60, la que propició la renovación y posterior abolición de este código". Sumado a los directores y productores vanguardistas y revolucionarios que se atrevían a desafiar al código y llevar al límite sus autorregulaciones.

Cuando el código, y por ende las regulaciones de censura, se tornan insostenibles, se intenta readaptarlo. Sin embargo esto fue inútil ya que estaba en marcha un proceso de cambio irreversible. Finalmente el código es totalmente abolido. Es entonces cuando el cine estadounidense se libera, y el cine erótico y porno se comienza a exhibir en todas las cadenas de cines. Claramente esta situación fue insostenible, y no sólo fue rápidamente censurado por organismos, sino por la misma sociedad que prefería dejar esto para la vida privada. De la caída del código y de la necesidad de algún tipo de regulación de lo que se exhibía, surge la calificación X. Esto significaba que las películas con esta clasificación, sólo eran aptas para mayores de 17 años por su contenido sexual o violento, limitando las cadenas que quisiesen exhibirlas, y limitando su

llegada al público. Hoy en día, este sistema de censura se tradujo en el sistema de clasificación por edades:

- G: todas las edades admitidas.
- PG: menores de 10 años deben ser acompañados por un mayor.
- PG-13: menores de 13 años deben ser acompañados por un mayor.
- R: menores de 17 años deben ser acompañados por un mayor.
- NC-17: prohibida para audiencia menor de 17 años.

En conclusión, está claro que la moral y represión victoriana se hacían cada vez más insostenibles y que era necesario un cambio y evolución. Esta llegó de la mano de la revolución sexual, que abrió las puertas de una nueva visión del mundo. Permitted que la sociedad, y por ende las artes, no sean reprimidas y pudiesen expresarse con mayor libertad. También es cierto que esto fue posible gracias a los revolucionarios que están dispuestos a desafiar y cuestionar las leyes y regulaciones vigentes, luchando por sus ideales, y en búsqueda de mayor inclusión, tolerancia y amplitud. Estos dieron comienzo e hicieron posible el cine como lo conocemos hoy en día, con total tolerancia y permisividad sobre los temas a tratar, y con una pequeña regulación que determina quiénes y bajo qué condiciones se exhibirá dicha producción.

Alimentación y publicidad (Segundo Premio)

Luciana Rios Stay y Vanina Alejandra Pinzán

Introducción

En esta investigación buscamos indagar cuáles son los impulsos que llevan a la sociedad a alimentarse, analizando los factores que influyen en la elección de un producto y cuánto saben sobre cómo llevar una alimentación saludable.

Conclusión

Para finalizar podemos decir que en el momento de la búsqueda de material que discuta sobre este tema en particular, nos topamos con el conflicto de que era escaso. La fortaleza de este trabajo se basa en opiniones de un grupo significativo de personas o de especialistas relacionados al tema, como ser médicos, estudiantes, consumidores y publicistas. Otro aspecto que nos pareció relevante fue el hecho de no hallar gran participación del Ministerio de Salud sobre este tema; si bien pueden encontrarse leyes sobre los diversos medios de comunicación nos parece erróneo la carencia de legislaciones que defiendan al consumidor de la utopía que brindan las publicidades, con el único objetivo de convencer al cliente de adquirir dicho bien o servicio.

En el desarrollo de este trabajo tratamos de demostrar que si bien no todas las publicidades mandan mensajes engañosos, muchas utilizan la exageración a la hora de promover los beneficios de sus productos y hacen creer que todo ideal puede ser alcanzado.

Viviendo en una sociedad globalizada, pudimos ver la relación que tienen los factores sociales con la alimentación de las personas, cómo esto afecta en su rutina diaria y cuánta importancia le damos a los diversos medios de comunicación a la hora de tomar nuestras elecciones de vida.

Queda mucho por profundizar, pero consideramos esta investigación como un avance de aprender a querer y respetar nuestro cuerpo tratando de brindar ese mensaje a los demás.

Docente: Nicolás García Recoaro

El vestuario como elemento narrativo en el teatro. Análisis del trabajo de Joaquín Nandez para la obra *Cuarteto de Heiner Müller* (Segundo Premio)

Vladimir Sánchez García

Introducción

El siguiente trabajo de investigación de tipo exploratorio y descriptivo busca como uno de sus objetivos el producir material de consulta y documentación sobre temas poco explorados o temas analizados desde nuevas perspectivas, aportando un valor teórico. La investigación exploratoria es según Sampieri (1991): "El objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes. Sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocido". De igual forma explica la investigación descriptiva, Sampieri (1991): "El propósito es describir situaciones y eventos. Decir como es y como se manifiesta determinado fenómeno. Buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis".

El desarrollo planteado intentará aportar desde el estudio de un caso específico, una nueva percepción del trabajo del vestuarista teatral. Estudiar el trabajo de Joaquín Nandez proporciona para el ámbito, una información inexistente de gran valor referencial; el caso seleccionado es el diseño de vestuario de la obra *Cuarteto de Heiner Müller*, dirigida por Orlando Arocha para el grupo teatral *Contrajuego* en Caracas, Venezuela. Los diferentes aspectos que otorgan relevancia y particularidad a este trabajo radican en la complejidad del texto de Heiner Müller, es este un amplio y vasto océano de interpretaciones en el cual director y vestuarista se han sumergido a fondo para encontrar abandonadas siluetas que rescatar y utilizar a favor de la narración, al igual que el extraordinario uso de materialidades, colores y caracterización que crean subtextos tan íntimos y propios que parecen salir de la pluma del autor original convirtiéndose en el anclaje a nuestro tiempo de una pulcra dirección de arte, una de las más efectivas en el teatro venezolano de los últimos 10 años.

Es de importancia encontrar en la cotidianidad de la labor del vestuarista, la latente importancia de remarcar sus nuevas funciones dentro del mundo del espectáculo cuando es un hecho comprobable que como sociedad, el consumo de la imagen ha superado enormemente nuestros propios niveles desde el comienzo de este nuevo siglo; la idea aspiracional de ser lo que se tiene puede llegar a transformarse en ser lo que se ve. El análisis conceptual, crítico y morfológico del diseño de vestuario del caso seleccionado tiene como finalidad ser un aporte experimental sobre las posibilidades narrativas del vestuarista teatral, el cual posee en su aparente anonimato e irrelevancia, una conexión directa a las importantes mani-

festaciones propias del desarrollo de las sociedades desde el comienzo de los tiempos; el teatro es un vasto campo de paradojas donde lo innecesario se vuelve vital, lo absurdo cobra más coherencia en la ficción, la sangre brota por fuera y duele por dentro y las lágrimas se confunden con las risas en una misma mueca.

Conclusiones

Los diseñadores de vestuario no son simplemente diseñadores de ropa sino creadores de personajes, en muchos casos ayudan a los actores a llevar a los personajes a la vida. El diseñador de vestuario puede ilustrar la personalidad, estado de ánimo o estado mental, bien pueden adular el físico del intérprete o enfatizar sus características físicas poco favorecedoras al servicio del personaje. La progresión de los trajes del personaje a lo largo de un programa también puede ayudar a destacar visiblemente el viaje del personaje de principio a fin en el propio juego. Al igual que el escenógrafo, el diseñador de vestuario debe aportar a su trabajo un verdadero amor por la historia, pudiendo traducir épocas sin esfuerzo en las prendas a través del estilo, la materialidad, la textura y el color.

El proceso de vestuario implica el análisis del guión y sus personajes, seguido de un periodo de esbozo inicial, y luego una serie de dibujos más acabados, enlucidos o pinturas a partir del cual se generarán los patrones y los trajes reales, acompañado en muchos casos de muestras de material para ilustrar la materialidad.

impronta propia de este diseñador, lo que otorga al vestuario una característica extra y diferenciándolo del resto.

Como se pudo observar anteriormente, tomando como ejemplo a Pablo Ramírez, el sello creativo de estos diseñadores se aplica al vestuario lo que permite relacionar una colección de moda con el vestuario de una obra teatral. Es en este punto donde la moda y el teatro se cruzan y pasan a formar un solo elemento.

Por otro lado el concepto de imaginario social que postula Esther Díaz también se puede aplicar a esta investigación. Ella define al imaginario social como un dispositivo social, epocal y cambiante que regula los comportamientos de una sociedad. Es a partir del imaginario social que se producen los valores, las apreciaciones, los gustos, los ideales y las conductas de las personas que conforman una cultura. Relacionando este concepto con el teatro y la moda se puede decir que el público que va ver teatro sabe que el vestuario tradicional es sólo una parte de la puesta en escena y que en algunos casos puede llegar a pasar desapercibido, y es por eso que no se le da tanta importancia o no se le presta atención durante la función. Pero cuando el vestuario es realizado por un diseñador de moda reconocido, las conductas del público se modifican frente a esta situación ya que las personas probablemente se acercan a ver la obra de teatro sólo porque el vestuario fue creado por alguien conocido.

Por último, como estudiante de escenografía, me parece importante tener en cuenta como un vestuario de vanguardia puede favorecer a la puesta teatral, para llevar en un futuro esta misma experiencia hacia la escenografía.

Docente: María Cecilia Kiektik

Moda teatral (Primer Premio)

Teresita De Dominicis

Introducción

En el teatro argentino actual se está desarrollando una nueva tendencia escénica, que consiste en trabajar con diseñadores de moda de autor para desarrollar el vestuario de una pieza teatral. Como ejemplo tomé a los reconocidos diseñadores de moda Martín Churba y Pablo Ramírez, para comparar alguno de los vestuarios que realizaron para producciones teatrales y sus colecciones de moda. Ellos dos fueron elegidos entre otros diseñadores debido a su extensa carrera tanto en la moda como en el teatro.

Conclusiones

Luego de realizar el trabajo de investigación, llegué a la conclusión de que un vestuario teatral realizado por diseñadores de moda de autor tiene una impronta más vanguardista que aquellos creados por vestuaristas teatrales tradicionales. Esto es así porque un vestuarista tradicional propone un diseño basado tanto en las características psicológicas del personaje como en la época en la cual transcurre la historia, dicho de otra forma, el vestuario tradicional se limita a las necesidades de la obra. En cambio los diseños de autor no solo son creados a partir de los personajes sino que también se incluye la

Docente: Zulema Marzorati

Las instituciones: ausencia y presencia (Primer Premio)

Luciana Alvarenga, Juan Pedro García Gandolfo y otros

Introducción

La existencia de las instituciones y su implementación en forma conjunta en una sociedad es fundamental para el desarrollo y avance de la misma. La inclusión de los sectores sociales marginados en el resto de la sociedad depende, en parte, del buen funcionamiento de las instituciones. En base a esto, nos proponemos investigar como es su participación y alcance para lograr el desarrollo del tejido social. Por otra parte, pretendemos abordar como intervienen las instituciones en la sociedad, como responde la sociedad ante las mismas, tomando como estudio de caso la Villa 15.

Nos preguntamos: ¿En qué forma las instituciones brindan asistencia a los distintos sectores de la sociedad?, ¿Qué tipo de instituciones funcionan dentro de una villa? y ¿Por qué les cuesta a los habitantes de una villa salir de ella?

Conclusiones personales de Juan Pedro García Gandolfo

El tema que abordé son las instituciones teniendo en cuenta, su presencia y a la vez su ausencia en la Argentina actual.

Muchas familias que aspiran a tener un nivel de vida y socio-económico adecuado, necesitan ser ayudadas a salir adelante por estas mismas. Por lo tanto como vemos en el filme *Elefante Blanco* (Trapero, 2011) las instituciones están casi en su totalidad ausentes en la sociedad argentina. Y esto lleva a que las familias que necesitan por distintas razones su ayuda no puedan salir de su estatus de marginalidad.

Conclusiones personales de Luciana Sofía Alvarenga

Al realizar la investigación sobre el funcionamiento de las distintas instituciones en el país, tome como fuente de información el film *Elefante Blanco* (Tripero, 2011). En él observé claramente la ausencia de las mismas en las villas ya que la única institución que aparece en el film es la eclesiástica y solo uno de los principales personajes trabaja en el Estado. Considero que la falta de educación, seguridad y asistencia médica en las villas, es preocupante y es muy difícil revertir esta situación si la sociedad no toma conciencia de la misma.

Docente: Andrés Olaizola

Nuevas formas de comercialización de indumentaria femenina a través de redes sociales: Facebook

(Primer Premio)

Natalia Bekenstein

Introducción

Llevé a cabo una investigación sobre las nuevas formas de comercializar indumentaria femenina de manera no tradicional. Hice un recorte de campo basándome en las redes sociales, fundamentalmente en Facebook, en Argentina - Buenos Aires, a partir del año 2005-2006 aproximadamente.

En esta investigación, se dan a conocer algunas de las formas de comercialización no tradicionales, los aspectos que provocaron una gran cantidad de diseñadores emergentes que decidieron crear su propia marca y promocionarla mediante Facebook. Veremos también la expansión de esta red social con el pasar de los años y a qué público está enfocado principalmente.

Es una investigación de tipo exploratoria, ya que se investigó poco sobre este tema, porque es muy actual y cambiante.

Conclusión

A través de los años descubrí que hay muchas formas de comercializar, no solo la tradicional de locales a la calle.

Observo que cada vez aparecen espacios diferentes, y que me atraen como público.

Personalmente, utilizo las nuevas formas de comercializar indumentaria, tanto en Facebook como en las ferias de plaza Serrano.

Según la investigación que he realizado las redes sociales, principalmente Facebook, son un muy buen método de promoción para las marcas, es una red masiva, de fácil creación, fácil acceso y sumamente rentable.

Observé que a partir de los años se fueron poniendo de moda las redes y gracias a eso aumento la comercialización en las mismas.

A través del tiempo, las ferias en las calles se establecieron con firmeza y tienen gran cantidad de clientes.

Creo que a través de los años va a seguir creciendo hasta el punto en que todas las marcas tengan su propia página en la red.

Facebook es un medio, el cual no ocasiona ningún tipo de gasto, por lo que no hace diferencia entre las pequeñas y grandes compañías, para ambas es un gran medio de promoción.

Los diseñadores emergentes pudieron establecerse en los diferentes medios y fueron aceptados por la sociedad, fueron creativos tanto en los productos que comercializan como en los métodos que utilizaron para promocionarse.

Docente: Victoria Ortiz de Rozas

El desarrollo profesional de las mujeres en el campo del Diseño Gráfico en empresas con nuevas modalidades de trabajo (Primer Premio)

Aime Mailen Seoane

Introducción

El Diseño Gráfico es una profesión que tiene por fin comunicar atendiendo a los factores sociales, culturales, industriales y económicos que atraviesan la realidad en un contexto y época determinada. Se concibe, en la actualidad, al Diseñador Gráfico como un profesional que trabaja en pos de una mejora en la calidad de vida de los usuarios e interesado en la comunicación de las organizaciones (Echevarría, 2006). En este escenario, se plantea la necesidad de pensar el diseño como un campo multidisciplinar consiente de la perspectiva de género, responsable en la producción de sus mensajes y que fomente relaciones de equidad entre profesionales. Asimismo, en la era de la globalización y del neoliberalismo en la Argentina de los años noventa de siglo XX, se transformó el mercado de empleo flexibilizando y afectando las modalidades de trabajo que caracterizaron la etapa industrial, alterando la división entre tiempo de trabajo y tiempo de ocio. Una de las nuevas modalidades que surgen como consecuencia de estos cambios es el Work Life Balance (Balance entre la vida personal y profesional).

La actividad laboral femenina de profesionales del Diseño Gráfico se desarrolla en una sociedad caracterizada por los estudios de mujeres como patriarcal capitalista lo que produce una devaluación de la mujer. Por ese motivo, la perspectiva de género pretende desnaturalizar los roles y valores asignados a lo femenino y masculino y pone de manifiesto una desigual distribución de poder entre géneros.

El modelo consagrado en Argentina a comienzos de siglo XX era el de la domesticidad, una organización familiar nuclear reducida sobre la base del control de la natalidad y del matrimonio considerado una institución indisoluble. La doble moral sexual que regía el modelo de la domesticidad asignaba a la mujer un lugar preponderante en la vida doméstica al cuidado de los hijos y limitaba su sexualidad a la procreación. Al mismo tiempo definía al varón como sujeto responsable del sostén económico familiar y asociaba masculinidad a experi-

mentación y plenitud sexual. En los años 60 comienza a cuestionarse la doble moral sexual lo que permite producir otro modelo sobre nuevas pautas de organización familiar como fueron el divorcio, la incorporación masiva de la mujer al mercado de trabajo, la difusión de uniones basadas en el consenso y la aceptación de la natalidad por fuera del matrimonio. La crisis del modelo de la domesticidad ocurre en un escenario cultural-social favorable a la visibilización de las luchas de mujeres que cuestionan el patriarcado a la vez que buscan mejorar su posición en el campo social, económico y familiar. Los cambios experimentados por las sociedades modernas y el desarrollo de las tecnologías de la información han favorecido la transnacionalización de la llamada revolución sexual de los años sesenta del siglo pasado como parte de los flujos de intercambios de personas, modas y productos culturales. Sin embargo, se observa una marcada tensión entre familia y trabajo en las trayectorias laborales de las mujeres. En el espacio doméstico los roles reproductivos y de cuidado se asignan tradicionalmente a las mujeres. Por consiguiente, las mujeres se ven obligadas a asumir un doble rol, mientras que los mismos sucesos no significan un mayor impacto en la trayectoria laboral de los hombres (Novick, Rojo, Castillo, 2008). En este contexto, las nuevas políticas de Recursos Humanos que pretenden desarrollar un balance entre la vida personal y profesional resultan de suma importancia para fomentar la trayectoria laboral de las mujeres diseñadoras y promover una mayor vinculación de los varones en la crianza de los hijos, en términos de tareas domésticas y familiares. Se pretende una concepción más amplia del ser humano, que tome en cuenta todas las facetas del mismo como individuo integral (Perona, 2012).

Conclusiones

En relación a la entrevista realizada a Marianela se puede observar que en primera instancia la conjunción del espacio público y privado se presenta como una elección y asume como natural el cumplimiento del doble rol, haciéndose invisible las responsabilidades que repercuten y atañen tanto a mujeres como a hombres. Las opciones se dan en un marco de fuertes tensiones derivadas de los mandatos de género.

La posibilidad de estar "conectados" que ofrecen las nuevas tecnologías generan que la profesión del Diseño Gráfico sea altamente adaptable a las nuevas formas de organización laboral. Como señala Oscar Echevarría en Proyecto de Maestría de Diseño: "el diseño está vinculado al concepto de cambio, tan indisolublemente ligado al dinamismo de nuestra época". (Echevarría, 2006: 10)

Los cambios organizativos de las empresas y las nuevas políticas de Recursos Humanos que fomentan un balance entre el trabajo y la vida personal, son de vital importancia para concebir una sociedad más equitativa y beneficiosa en relación al desarrollo profesional de las mujeres diseñadoras.

La sexualidad de la mujer en las fotografías de moda de Helmut Newton (Segundo Premio)

Ariana Valencia Farro

Introducción

La siguiente investigación tiene como objetivo describir y analizar el concepto mujer andrógina y reflexionar sobre cómo

la fotografía y la construcción de mujer de Helmut Newton tuvieron un éxito en épocas anteriores. El objeto de la investigación será la fotografía *Le Smoking* tomada en el año 1975. La importancia de esta investigación radica en que si bien se han hecho análisis sobre el tratamiento de la sexualidad de la mujer en la fotografías de Helmut Newton, se pretende hacer hincapié en un aspecto que no está tan desarrollado como es el tratamiento de la vestimenta masculina como construcción de una mujer andrógina en sus fotografías.

Se comenzó éste trabajo siguiendo y analizando el estilo *voyeur* del fotógrafo, para conocer más sobre la construcción de mujer andrógina que presenta en sus fotografías. Se consultó bibliografía especializada en el tema, así como bibliografía secundaria para conocer aspectos del contexto histórico. A su vez, se realizó una entrevista, de metodología cualitativa a Alejandra Niedermaier, docente y fotógrafa.

A medida que la investigación avanza, se comprende que para entender la construcción de mujer que quiso y quiere representar en algunas de sus fotografías, hay que comprender la relación que existe entre la visión del fotógrafo y lo que quiere transmitir a través de sus fotografías. Es decir la relación entre la comunicación, la androginia y la moda.

Por su amplitud, el concepto de la Moda sólo puede ser estudiado interdisciplinariamente; por lo que se tratará éste tema desde diversas vertientes como la sociología, la semiología, su historia, entre otros factores relevantes socialmente.

Conclusiones

Como conclusiones puedo sostener que ésta investigación me aportó conocimiento más profundo sobre este fotógrafo, sobre una época en particular y sobre el rol que cumplía la mujer en ese momento histórico. Por otro lado, pude observar cómo una fotografía puede representar a una época, posicionado al arte como lugar de manifestación de las problemáticas y tensiones de una época. Pensar las obras de arte en un contexto histórico, visualizando artistas que son vanguardia en la creación de conceptos nuevos y osados, que luego serán tendencia y cuyos conceptos se mantendrán vigentes por años.

Me abrió camino a nuevas investigaciones, despertando mi interés por el tratamiento que hacen de la mujer otros fotógrafos de moda. Pensar las obras en un contexto histórico.

Con respecto al análisis de ésta fotografía, pude visualizar su importancia dentro del contexto histórico en que fue tomada, haciendo especial hincapié en un tema tan controversial como lo es el género, y la relación justa entre lo masculino y lo femenino. Valoro particularmente la posibilidad de deconstrucción de una imagen, analizando cada aspecto para luego volver a construirla dándole un sentido y un análisis justificado al porqué de sus elementos.

A través de ésta fotografía, *Helmut Newton* explora el concepto de androginia dirigido a una búsqueda estética, pero a la vez, a plasmar sobre una imagen una serie de ideas y temáticas presentes una época histórica. Pero, lo que aún resulta más interesante, es que aun siendo propia de una época, es lo suficientemente rupturista y visionaria como para trascender en el tiempo y lograr sorprendernos al día de hoy.

Docente: Fernanda Jorgelina Sáñez

Abrir más los ojos para cerrar la boca: mentiras y verdades de la alimentación en Argentina

(Primer Premio)

Marysol Viola

Introducción

La publicidad de los alimentos se ha convertido en una estrategia de posicionamiento indiscutible para las marcas en el mercado de consumidores. Existen un sinnúmero de maniobras que utiliza esta disciplina para hacer invisible algunas cuestiones a los consumidores, desde ingredientes no genuinos, tóxicos, aditivos sin autorización hasta formas de producción totalmente impensables para cualquier persona, que se encuentran ligadas a la crueldad y falta de cuidado desde el inicio de la misma. Prácticas de producción avícolas donde 540 millones de pollos son sometidos a vivir, o mejor dicho a sobrevivir, bajo condiciones paupérrimas; o vegetales saturados de agroquímicos y venenos que repercuten directamente en la salud de todos los seres humanos que los consumen y trabajan con ellos. Ya no se habla de criar un animal o sembrar una semilla, se trata de métodos productivos ligados a diseñar lo que se quiera, sin importar el impacto que genere en las personas. En un principio es necesario saber que se entiende publicidad como: divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc. Es muy simple entender que la publicidad posee un objetivo principal, la atracción del consumidor a partir de productos que resulten seductores y reflejen confianza al mismo. Es por ello que la difusión de un mensaje resulta efectiva únicamente si se cumplen las condiciones de un producto, nombradas anteriormente, atracción y confianza. Pero, al mismo tiempo no sólo se busca lograr un bien llamativo para los compradores, sino que entra en juego la necesidad de algunas marcas de poder ocultar un trasfondo donde lo más inverosímil cobra realidad ¿A qué se debe la existencia de esta fase invisible de la industria alimentaria argentina? El mercado impone una lógica única donde la base es ganar la mayor cantidad de dinero en el menor tiempo posible sea como sea. Una lógica donde no importa nutrir, cuidar ni tampoco ser saludable, simplemente reducir costos y obtener la mayor ganancia posible.

¿Por qué muchos de los consumidores no revisan la composición de los alimentos? La falta de tiempo, conciencia o interés de las personas lleva a que las mismas asuman una alimentación incorrecta pero prefieren ignorarlo por completo. Por otra parte se debe entender que es responsabilidad de cada uno cuestionar todo aquello que gira alrededor de la comida: ¿Cuáles son los componentes de este producto? ¿Dónde se produce? ¿Quiénes lo producen? ¿Realmente cumple con lo que promete? Un “prefiero ni enterarme” hace que las personas ni siquiera puedan entender que existe un respaldo legal, como lo es la Ley 24.240, que defiende a cualquier individuo que presente un problema frente a un hecho de consumo. La Asociación Argentina de Dietistas y Nutricionistas Dietistas, remarca que es fundamental para las personas informarse sobre lo que ingiere para determinar la calidad nutricional de los alimentos y productos alimenticios a través de la valoración de sus componentes. La publicidad, los medios de comunicación y las grandes marcas han acostumbrado (por decirlo

de alguna manera) a las personas a pensar que lo que les digan es lo que les conviene para llevarse a la boca. La belleza ya no es sólo una cuestión estética para los seres humanos, sino que la perfección se ha trasladado a los alimentos donde resulta ser un parámetro de calidad instaurado.

Una de las preguntas planteadas indagaba sobre los reales componentes de cada producto que se consumen. Lamentablemente, el famoso dicho “gato por liebre” puede aplicarse a ciertos productos. Desde aditivos no autorizados por la legislación alimentaria, ingredientes tóxicos para mejorar su textura o la utilización de compuestos para sustituir los verdaderos ¿Desde cuándo el baño de chocolate no tiene absolutamente nada de chocolate? En estos tiempos, resulta imposible que un producto no se le haya agregado componentes para su conservación (los famosos aditivos), desde una simple barra de chocolate (o imitación chocolate) hasta un aceite con grandes dosis de antisalpicante, todo absolutamente tiene aditivos. Aditivos que pueden ser buenos o malos, pero no dejan de ser un componente extra, siendo la publicidad la encargada de buscar la forma para disimular su uso y abuso. Aquí es donde se hace hincapié en la necesidad de cada persona de informarse, cuestionarse, tener inquietud por saber qué es lo que realmente ingiere. Las personas ya ni se detienen a leer, por saber qué tienen en sus manos, quieren una vida sencilla, rápida y sin estorbos. Como se explicaba previamente, muchas veces la falta de tiempo las lleva a una falta de atención por lo que comen. Pero también, existe un factor muy común y un quizás preocupante, como lo es el “prefiero ni enterarme”. Personas que intuyen un trasfondo en la industria alimentaria, aceptándolo de alguna manera, sin interés por establecer un cambio.

Marta López Barrios, fue la responsable de la Dirección de Seguridad e Higiene de la Ciudad de Buenos Aires y es quien asevera que es obligación de cada individuo sobre los requisitos que debe cumplir un producto, denunciar aquellos que vayan en contra a las normas y la necesidad de afirmar que la seguridad alimentaria es responsabilidad de todos.

Conclusión

Investigar el trasfondo de la industria alimentaria argentina sirvió de complemento en parte para poder afirmar la hipótesis. Por un lado, las personas son engañadas a través de distintas maniobras publicitarias y por el otro lado existe una idea de aceleración de querer vivir la vida en forma instantánea, que ciega a las personas a ver lo que realmente están comiendo. Bauman en su libro *Modernidad líquida* habla sobre el concepto de velocidad donde la modernidad alcanza siempre una creciente aceleración para poder llegar a su límite; todo se hace rápido, hay que evitar perder el tiempo y vivir lo que más se pueda y no perderse nunca nada. A partir de las entrevistas realizadas a expertos, artículos periodísticos y hasta las propias encuestas se puede establecer perfectamente que la publicidad juega un rol importante a la hora de atraer al cliente y engañarlo. Es infinita la cantidad de ingredientes que son sustituidos, buscándose resultados o aspectos similares. Pero lo injusto radica a la hora de pagar el producto.

Si se indagara sobre el tema podrían evitarse estos engaños, se estaría más informado a la hora de escoger un producto sobre otro o, como dijo Soledad en la entrevista, “son las personas las que deben exigir un cambio en la industria”. Al mismo tiempo, es necesario entender que una marca divulgada o quizás establecida hace décadas, no tiene por qué ser

parámetro de calidad. Resulta extraño y curioso al mismo tiempo, que muchos de los productos que giran en nuestro entorno cotidiano realmente no son lo que muestran ser o su nombre es totalmente ajeno a la composición química del mismo. Las marcas engañan al consumidor, lo obligan a pagar un precio por productos que no reflejan la calidad que deberían. Estas estrategias hacen que las personas creen que los productos están creados en forma exclusiva e individualizada que se adapta solamente a sus necesidades propias.

La industria, lo único que desea es que las personas se vuelvan compradores funcionales que eviten fijarse y chequear sus productos; que se instaure una confianza cliente-marca y hacer así mucho más sencilla la idea de engañar al consumidor.

Retomando el tema de por qué las personas no leen la composición de los alimentos, existe un factor que reside en lo económico, donde no todos tienen acceso a información sobre alimentación, donde entra en juego el rol que debería cumplir el Estado, brindando cursos de capacitación para que las personas puedan cambiar sus modos de vida, llevando una alimentación mucho más nutritiva y sana. Existe un factor más preocupante como lo es el "no me interesa" o el "prefiero ni enterarme". El resultado obtenido a partir de las encuestas demostró realmente este fenómeno, que aleja cada vez más a las personas de querer averiguar sobre lo que realmente sucede con la alimentación en Argentina. La mayoría de las personas no están interesadas en saber qué comen; por un lado afirman querer indagar sobre lo que realmente llevan a su mesa, pero por el otro lado no estarían dispuestas a participar en capacitaciones que ayuden a mejorar su alimentación. Esto vuelve a relacionarse con lo que explica Bauman, las personas afirman que leer el rótulo de un alimento "resulta ser una pérdida de tiempo", las personas ya ni siquiera quieren emplear un minuto de su tiempo para saber qué hay detrás de lo que llevan a la mesa. Una de las cuestiones que más atención generó fue la idea de lo *light* o *diet*. Lo *light* fue elegido por la mayoría de las personas "porque no engorda o no tiene calorías", y lo curioso es que las personas que expresaron esto afirmaban leer la parte trasera de cada producto. Sobre la misma pregunta una persona contestó "porque *light*, *zero* y *diet* son exactamente lo mismo, las variantes son nulas", pudiéndose afirmar cada vez más que las personas realmente no revisan lo que comen porque no les interesa, prefieren ni enterarse.

Durante la entrevista Soledad habla de este flagelo de no querer saber. Ella misma afirma que todos deben saber que existe una realidad oculta, tan compleja que si nadie intenta plasmar cambios continuará perjudicando a toda la sociedad. Es necesario informarse, saber y denunciar. Entonces, el desafío es poder averiguar cuál es realmente el trasfondo de todo aquello (siempre refiriéndose a alimentos) que consumimos diariamente, poder saber la veracidad de sus componentes y cuáles podrían resultar dañinos para nuestro organismo, en síntesis, entender cuál es la realidad de los alimentos hoy, exigir cambios y poder lograr que todas las personas puedan alimentarse de forma sana y adecuada ¿Cómo? Lo orgánico quizás ya no puede nombrarse como un tipo de solución, pero sí se puede hablar de una soberanía alimentaria, como explicaba Barruti, volver a la producción familiar, respetar el rol del campesino y dejar de lado totalmente la utilización de tóxicos y sustancias dañinas para la salud.

Arte digital: el hijo no reconocido de la academia

(Segundo Premio)

Bárbara Candelarezi

Introducción

Hijo de la tecnología, la ciencia y la creatividad, el arte digital no logra ser reconocido como arte.

El arte digital ha surgido como resultado de un cambio histórico y social, del advenimiento y la masificación de la tecnología y la necesidad de adaptación a este nuevo momento en el que los tiempos avanzan a toda velocidad y lo virtual intenta reemplazar a lo real. Es un recurso que acorta los tiempos de producción, y permite la impresión, en el caso que se requiera, de múltiples copias en muy poco tiempo. Esta característica y su disponibilidad online, le otorgan ventajas sobre el arte tradicional, dentro de la modernidad de esta era, pero ¿son esas mismas características las que no le permiten clasificar como arte?

La investigación intentará aproximarse a las razones por las que esto ocurre.

Conclusión

Históricamente se miró con desconfianza al arte. Platón y todas las corrientes neoplatónicas lo consideraban como un engaño a nuestros sentidos (Luis D. Rivero Moreno, 2012, p. 24). Las nuevas formas de expresión que surgían a través de los años fueron siempre cuestionadas. Se sospechó del arte abstracto: muchos años tuvieron que pasar hasta poder asimilar una forma de arte que no fuera realista. Se dudó del postimpresionismo de Van Gogh, del *Pop art* de Warhol. Los tiempos cambian y a veces cuesta adaptarse a la misma velocidad que esto ocurre. Se entiende por todo esto que el arte digital sea un incomprendido.

El arte digital cumple con los requisitos de arte, es una forma de expresión en la que se dice algo que no se podría decir de otra manera. Lo tecnológico no debe asustar. Vivimos en un mundo globalizado e interconectado virtualmente, en el que la computadora ocupa un lugar central, sin dejar de ser una herramienta diseñada por el hombre para ser a su vez utilizada por él mismo. Con la mano y la creatividad, cualquiera sea el medio utilizado (pincel, mouse, pastel) un artista crearía obras de arte.

¿Será sólo cuestión de abrir la mente a los cambios para poder denominar al arte digital como tal? ¿Será cuestión de tiempo? Será cuestión de esperar.

Docente: Marisabel Savazzini

Qué está tramando el sensor (Primer Premio)

Alexia Hasbun Guandique

Introducción

El punto de encuentro de dos disciplinas, Fotografía y Diseño de Indumentaria, se fusionan teniendo como resultado una tercera disciplina, Producción de Modas. La Producción de Modas es una carrera que utiliza la fotografía como herramien-

ta de creación publicitaria para que las distintas marcas de indumentaria y sus diseñadores sean capaces de promover sus marcas por medio de producciones fotográficas y lookbooks. Sin embargo, el objeto de investigación, no es como la producción de modas ayuda a brindar publicidad para los diseñadores de indumentaria, sino más bien cómo la indumentaria se ve influenciada directamente por la fotografía a partir de las distintas herramientas fotográficas como el sensor digital. A partir de esto, surgieron más preguntas acerca de distintos elementos que afectarían tanto al Diseño de Indumentaria como a la Fotografía que luego se clasificaron hasta obtener la pregunta que marcó la primera pauta de la siguiente investigación: ¿Cuáles son los factores a tomar en cuenta sobre el estilo de las telas a fotografiar y su relación con la captura del sensor digital?

Conclusiones

A partir de la realización de una producción fotográfica, muchas de las preguntas que saltaron a nuestras mentes a principio de la investigación obtuvieron sus respuestas. La producción se realizó en un estudio fotográfico en el cual se utilizaron dos cámaras, una Canon y una Nikon, ya que ambas tienen distintos sensores digitales, por lo cual la imagen que estas graban es distinta, y así poder comparar un sensor con el otro. Al analizar las distintas imágenes, las fotografías que se sacaron con la cámara Canon tenían mayor crominancia y menor luminancia, mientras que las fotografías tomadas con la cámara Nikon muestran mayor luminancia y menor crominancia que brindan una mejor calidad a comparación de la otra cámara utilizada.

Como luces claves en las tomas se usó un flash cenital que provenía de las cámaras y dos luces de rellenos que se encontraban en los laterales de la modelo.

Con el estudio a oscuras y con el uso de las distintas luces, logramos que la protagonista de la producción fueran las prendas ya que en las distintas imágenes, las tramas y textiles se ven con la mayor perfección que se puede. De preferencia es mejor utilizar una cámara Nikon para realizar producciones fotográficas cuando se debe resaltar la trama y la urdimbre de un textil, ya que el sensor digital que utiliza

Nikon es un sensor de una gama alta.

La moda desde hace tiempos muy lejanos, hasta el día de hoy ha tenido una gran influencia en la sociedad. Siempre, sin importar cómo, cuándo, ni dónde, la moda ha sido tema de estudio, por la forma en que esta motiva, a diferentes cosas, por cómo esta es causa principal de rechazo a personas que no tengan las mismas prendas o mismas marcas, por cómo la gente cree que con esta podrá construir una identidad propia. Se basa en el consumo de un conjunto de mercancías que son producidas en serie, a las cuales se les busca colocar en el mercado mediante la implementación de diversas campañas publicitarias que fomentan su adquisición por parte de un público consumidor previamente sensibilizado. Esto se hace con el fin que el individuo experimente continuas pseudo necesidades de tal forma que se incline al consumo de tal o cual producto que se encuentre de moda. Estos son problemas que se ven en todo el mundo, en diferentes países, diferentes etnias, etc.

En un principio se podría definir a la moda como el resultado del uso de un conjunto de estrategias de persuasión que las grandes agencias de Publicidad implementan en los medios de comunicación para seducir a potenciales clientes y mantener los actuales.

Con este pequeño enfoque damos por comenzada nuestra investigación que se expondrá a continuación.

Conclusión

En conclusión la moda constituye un papel muy importante para nuestra sociedad y nuestra vida. Permite expresar nuestra personalidad y comunicar al mundo quienes somos.

La moda es muy extensa, los diseñadores de moda pueden ser como celebridades. Cada uno con diferentes estilos se encarga de vendernos lo que nos gusta y necesitamos. Las empresas y firmas más famosas realizan estudios para lograr esto porque cada marca se dirige a un mercado.

La moda es infinita y global, y en mi opinión es un elemento que se necesita para lograr una sociedad.

Docente: María Valeria Tuozzo

Moda, la imagen comercial ideal (Primer Premio)

Linda del Mar Casanova Coral y Gilary Samanta Briones Vazquez

Introducción

“Somos consumidores con la boca siempre abierta, ansiosos y dispuestos a tragarlo todo: películas, bebidas, conocimiento. Esa falta de concentración se manifiesta claramente en nuestra dificultad para estar a solas con nosotros mismos” (Fromm, 1956).

En este trabajo nosotros vamos a hablar sobre la moda como imagen comercial ideal.

Docente: Marcia Veneziani

El color de los sentimientos (Primer Premio)

Julieta Escobar Iurevich

Introducción

La presente investigación pretende comparar y analizar la teoría de Eva Heller (2004) sobre Psicología del color en contraposición a teorías convencionales del mismo, utilizadas dentro del área del Diseño Gráfico para establecer si su utilización en dicho campo supone un recurso comunicacional universal que permitiría que el mensaje a comunicar en una pieza de diseño abarque en su comprensión a la mayor cantidad de personas posibles. Es decir sin ningún tipo de límites etarios ni culturales, debido a que la comprensión de los conceptos estaría ligada a los sentimientos que provocan de forma universal determinadas combinaciones de colores. Para ello, se puso a prueba la siguiente hipótesis: La teoría de psicología del color de Eva Heller proporciona al área del Diseño Gráfico

co un recurso comunicacional universal en el uso del color a comparación de otras teorías convencionales.

Para la comprobar o refutar la misma se analizó el color desde el aspecto perceptivo para luego describir las teorías utilizadas tradicionalmente en el área del Diseño Gráfico y así arribar a la teoría que propone Eva Heller sobre la psicología del color, estudiándola y comparándola con las otras teorías. A partir de la investigación y el análisis de lo anteriormente mencionado se pudo concluir que comparando las teorías perceptivas tradicionalmente utilizadas en el diseño, la teoría de Eva Heller posee un grado mayor de universalidad, como lo fundamenta la autora basándose en su exhaustiva investigación.

Conclusiones

Por medio de la presente investigación se ha arribado a las siguientes conclusiones:

A. Se llama color a la interpretación de cierta información que se denomina energía, cuyas características son determinadas longitudes de ondas; que en el rango visible por nuestro sistema de visión van de entre 400 y 700 nanómetros.

Al hacer referencia a la energía se puede afirmar que ésta, no sólo afecta al sistema de la visión con el cual la percibimos, sino que puede afectar otras áreas y sistemas, que decodifican la información de una manera diferente.

B. Los colores comunican; esto los convierte en un recurso comunicacional de suma relevancia en el área del diseño.

C. Las teorías tradicionalmente utilizadas respecto al color en el diseño, se basan en los fenómenos que causan u originan el color y su percepción y no en sus efectos en un aspecto psicológico.

D. La teoría de Eva Heller (2004) pretende ser universal y explicar los efectos que producen determinadas combinaciones de colores, fundamentando esto con un análisis y revisión históricos, sociales, simbólicos y lingüísticos, que dan cuenta de la validez de su estudio.

A modo de conclusión final se puede decir que la investigación de Eva Heller (2004) plantea que los acordes cromáticos elaborados por las distintas combinaciones de lo que denomina colores psicológicos, producen un efecto que sostiene ser universal bajo un amplio análisis fundamentado que comprende una revisión histórica, social, simbólica y del lenguaje. Remitiéndose a la hipótesis inicial de la presente investigación: La teoría de psicología del color de Eva Heller proporciona al área del Diseño Gráfico un recurso comunicacional universal en el uso del color a comparación de otras teorías convencionales, podría decirse que a comparación de las teorías perceptivas tradicionalmente utilizadas en el diseño, la teoría de Eva Heller (2004) posee un grado mayor de universalidad, como lo fundamenta la autora basándose en su amplio análisis.

Una objeción que podría realizarse a su estudio es que la muestra de su encuesta, a pesar de poseer un variado grupo etario y de diversos roles profesionales, comprende únicamente a individuos de Alemania, lo que le restaría relevancia en cuanto a la universalidad de sus resultados, teniendo en cuenta que se trata de una cultura específica. Debe decirse por otro lado, que el posterior análisis y fundamentos abarcan ampliamente varias culturas y no sólo la alemana.

Se podría decir entonces que la hipótesis es parcialmente verídica, ya que no puede hablarse de un absolutismo puro en cuanto a la universalidad.

La naranja mecánica: jugoso mal (Segundo Premio)

Paola Yasnaia Gayá

Introducción

En el presente trabajo se hará un viaje en el tiempo para conocer cuáles fueron los hechos que generaron que Anthony Burgess diera vida a su libro *La naranja mecánica*.

Se acompañará el proceso desde que se editó la novela hasta su repercusión vigente en la actualidad. Se hará referencia a cómo el escritor convivió con su obra a lo largo de los años, principalmente con las dos versiones que se generaron de la misma. En Estados Unidos suprimieron el último capítulo y con esto le dieron un enfoque distinto a la historia y al mensaje que esta quiere expresar, terminando de explotarla en la versión cinematográfica realizada por el director Stanley Kubrick. Éste no sólo llevó a la fama a la novela y su autor, sino que también logró un trabajo audiovisual impactante generando diversas controversias en distintos ámbitos de la sociedad. Para conocer mejor el camino que recorrieron Burgess y su obra, se desarrollarán tres capítulos.

En el primer capítulo, "El autor y su relación con la novela desde su origen y a lo largo de los años", se hará una reseña al origen de *La naranja mecánica* como novela y por qué fue creada. Cómo se desvirtuó su edición en los Estados Unidos y generando una segunda versión de la misma. La importancia de la representación cinematográfica llevada a cabo por Stanley Kubrick. Qué significó para Burgess tener que acompañar los distintos procesos de su creación.

En el segundo capítulo, "La violencia como protagonista", se explica que la violencia es el factor principal en *La naranja mecánica*. Está presente en cada uno de sus personajes, sobre todo en Alex, el principal y en su lenguaje. Y para amortiguar un poco su efecto, Burgess crea el idioma inventado Nadsat que es una versión rusicada del inglés y que convierte el libro en una aventura lingüística.

En el tercero y último capítulo, "¿Por qué la obra es más conocida por la película que por el libro y por qué después de 50 años *La naranja mecánica* sigue siendo vigente?" se intenta explicar por qué la versión cinematográfica de *La naranja mecánica* es más conocida que el libro.

Para esto, se transcribieron palabras de la opinión de la periodista Estefanía Vasconcellos a quien le realicé la entrevista para este trabajo.

Ella remarca en que la fuerza de una imagen es mucho más efectiva a la hora de contar una historia. Y si nos detenemos en la versión de Kubrick, tenemos un sinfín de riqueza visual. Este capítulo relaciona lo antes mencionado con el fenómeno del por qué después de 50 años de escrita esta novela por Anthony Burgess, la misma sigue vigente. Y nos encontramos con el factor violencia como protagonista, que es tan común en nuestra sociedad y que continúa repitiéndose.

Conclusión

La naranja mecánica es una novela escrita por el escritor británico Anthony Burgess en el año 1961. Saltó a la fama en realidad porque el director Stanley Kubrick la llevó al cine 10 años más tarde.

Desde ese entonces, viene generando diversas interpretaciones a lo largo de los años por profesionales, estudiantes y público en general.

El libro, transporta a un mundo con connotaciones violentas, oscuras y sexuales.

Ya el hecho de leer el libro se convierte en un viaje morboso y también lingüístico. Porque además de la riqueza de la historia, el autor crea un idioma para amortiguar esa violencia y esa pornografía constante que se explicita en sus líneas. Ese idioma se llama *Nadsaty*, una versión rusificada del inglés. Al principio resulta difícil de asimilar, pero hacia el final se termina incorporando al propio léxico sin darse cuenta. Incluso al final del libro se encuentra un glosario de cada una de las palabras. El libro invita a ver la película. Pero también están aquellos que sólo vieron el film y nunca leyeron el libro. El hecho, es que *La naranja mecánica* es un clásico, y si de la película se trata, ha sido aquella la causante precisamente de que así lo sea.

Atrapa desde el primer momento y sorprende. La banda sonora también es clave, ya que acompaña a la perfección cada imagen.

La conclusión más importante de este trabajo de investigación, es que esta obra fue una expresión de angustia por parte de su escritor, que le dio vida ya que tuvo que sufrir un hecho trágico en su vida y así es como nos deja el mensaje de que el ser humano cambia y es capaz de perdonar. Asimismo, la energía empleada en la violencia puede ser usada para cosas creativas y que somos capaces de madurar y crecer generando algo positivo como armar una familia.

Índice por autor (ordenado alfabéticamente)

Addamo, Micaela.....	p. 12	Danelón, Nicolás.....	p. 11
Alarcon, Isabela.....	p. 44	Dapía, Martina.....	p. 24
Alas Hernandez, Arianna Bersabe.....	p. 17	De Dominicis, Teresita.....	ps. 23, 47
Alborés, Micaela.....	p. 30	de Gouvea, Juan Ignacio.....	p. 28
Alcaráz Agüero, Ludi.....	p. 11	de la Torre Urizar, Catalina.....	p. 27
Aldana Guerrero, María Camila.....	p. 30	Delfino Guevara, Martín.....	p. 21
Alegre, Agustina.....	ps. 15, 41	Delgado, Tamara.....	p. 22
Alonso Rivera, Víctor Hugo.....	p. 31	Della Bella Contreras, Bianca.....	p. 26
Alvarenga, Luciana.....	ps. 25, 47	De Lucía, Milagros.....	p. 35
Álvarez Hernández, Leonardo.....	p. 34	Depauli, Carla.....	p. 14
Amado Pereira, Jorge Andrés.....	p. 32	De Vincenzi, Valentina.....	p. 36
Anquela Salas, Magdalena.....	p. 31	Devoto, Juan.....	p. 13
Antoraz, María Agustina.....	p. 27	Díaz Castaneda, Martín.....	p. 14
Aranda, Carina.....	p. 33	Díaz Delgadillo, Andrés Felipe.....	p. 19
Arcioni, Carolina.....	p. 20	Díaz Verdeja, María Agustina.....	p. 31
Armijo Ruiz, Loney.....	p. 30	Diconca, Javier.....	p. 25
Arruda Trevisan, Fernanda.....	p. 20	Di Giorgio, Lucía.....	p. 36
Aular Alvino, Manuel.....	p. 34	Dodaro, Victoria.....	p. 36
Balarini Ferrari, Paula.....	p. 33	Duque Pradilla, Laura.....	p. 15
Barragan Rivas, Juliana.....	p. 25	Duran Cassou, Alain.....	p. 33
Barriga Kamisato, Izumi.....	p. 15	Emanuele Feuillebois, Antonio Enrique.....	p. 19
Bekenstein, Natalia.....	ps. 26, 48	Enrico, Lucía.....	p. 35
Belandria, Irene.....	p. 33	Escobar Iurevich, Julieta.....	p. 36
Bello Portela, Thais.....	p. 31	Escudero Ascencio, Jonathan.....	p. 22
Benavides Coral, Laura Melissa.....	p. 21	España, Lucía.....	p. 12
Beneitez Cayre, Indira.....	p. 18	Esquinazi, Paula.....	p. 26
Berdasco, Tadeo Alejo.....	ps. 19, 45	Estrada Carrillo, Silvia.....	p. 31
Bevilaqua, Noelia.....	p. 23	Falcao Rodrigues De Andrade, Jimena.....	p. 29
Bianchi, Gonzalo.....	ps. 13, 40	Farizano, Ana.....	p. 44
Biré, Francisca.....	p. 18	Fernández Aguilar, Daniel.....	p. 36
Bompadre Struhar, Cyntia.....	p. 26	Fernandez Boixados, Angela Elisa.....	p. 18
Brañas, Camila.....	p. 27	Fernández Ursini, Sofía.....	p. 13
Briones Vazquez, Gilary Samantha.....	ps. 34, 52	Ferreira, Victoria.....	p. 17
Buchszer Gonzalez, Esteban.....	p. 22	Fiorentino, Araceli.....	ps. 13, 40
Burgueño, Agustín.....	p. 33	Fiorioli, Martina.....	p. 19
Buscarini, Lucila.....	p. 14	Font, Nicolás.....	p. 35
Cabré, Florencia.....	p. 11	Galli, María Daiana.....	p. 35
Candelarezi, Bárbara.....	p. 51	García, Florencia.....	p. 12
Canosa Basualdo, María Eugenia.....	p. 25	García Gandolfo, Juan Pedro.....	ps. 25, 47
Cao, Luz.....	p. 30	Garrido, Belén.....	p. 23
Caranzano, Tomás.....	p. 19	Gayá, Paola Yasnaia.....	ps. 37, 53
Cardenas Marquez, Luis Felipe.....	p. 19	Gilio, Cecilia.....	p. 36
Carelli, Victorina.....	p. 25	Giordano, Martina.....	ps. 12, 39
Carlin, María Eugenia.....	p. 21	Giusti, Ignacio.....	p. 23
Carpanetti, Valeria.....	p. 17	Godoy Martínez Salazar Pablo.....	p. 24
Casanova Coral, Linda del Mar.....	ps. 34, 52	González Bande, Camila.....	p. 12
Castrillón, Michelle.....	p. 13	Gonzalo, Micaela.....	p. 17
Cervetto, Florencia.....	p. 26	Gorostiaga, Juan Manuel.....	p. 29
Chaparro, Carolina.....	p. 24	Gramajo, Lucía.....	p. 18
Cohen, Nicole Raquel.....	p. 35	Gude, Rocío.....	p. 26
Corradi, Felicitas.....	p. 13	Guppy Shannon, Pamela Juliana.....	p. 16
Corsi, Maximiliano.....	p. 36	Harambour Nieto, Camila Andrea.....	p. 35
Costa, Camila.....	p. 36	Hasbun Guandique, Alexia.....	ps. 34, 51
Costas, Milagros Rocío.....	p. 25	Hearne Sovero, Thomas Eduardo.....	p. 19
Crudo, Sabrina.....	ps. 17, 43	Hernández Naranjo, Ángel.....	p. 33
Daicz Goloboff, Azul.....	p. 36	Herrera, Carolina.....	ps. 12, 39
D'Almeida Fonseca, Mariano.....	p. 30	Hodari, Julián.....	p. 15

Hoijinck, Doeschka.....	p. 14	Pellegrini, Julieta.....	p. 17
Huarhua Vallejos, Josué Emmanuel.....	p. 32	Peñaloza, Cristian.....	p. 18
Ibañez Chitay, Ronald.....	p. 22	Philippens, Melanie Mara.....	p. 35
Illner, Ignacio.....	ps. 14, 39	Pinzán, Vanina Alejandra.....	ps. 19, 46
Insausti, Agustín.....	p. 24	Piñero Fogelstrom, María.....	p. 12
Izurieta Robalino, Esteban.....	p. 13	Piñero Rea, Luis.....	p. 13
Jaiquel Herrada, Jina.....	p. 29	Pizzo, Sofía.....	p. 36
Jerves Malo, David Enrique.....	p. 35	Plaisant, Sofía.....	p. 30
Jiménez Guadarrama, Diego.....	p. 17	Prieri, Diego.....	p. 11
Lafont Pollak, María.....	p. 12	Quevedo Herrera, Nataly.....	p. 31
Laguasy Carrillo, Christian Steven.....	p. 16	Ramírez Peñuela, Diego.....	p. 18
Lares, Cynthia Yasmin.....	p. 16	Ramos Brito, Lisbeth.....	p. 17
Lencke, Brenda.....	p. 26	Randrup, Victoria.....	p. 42
Lichter, Clara.....	p. 42	Raschetti, Bárbara.....	p. 34
Lluch, Mara.....	p. 28	Rico, Inés.....	p. 36
Lo Franco, Giuliana.....	p. 21	Rios Stay, Luciana.....	ps. 19, 46
López Benavides, Mario Andrés.....	p. 36	Rocca, Mailen.....	p. 19
Lopez Chavez, Alicia Cristina.....	p. 35	Rodas Farfan, Karen Anabel.....	p. 26
Lopez Florido, Estefanía Lorena.....	p. 19	Rodríguez Delgado, Pedro.....	p. 23
López Rodero, Ana Karen.....	p. 32	Romano, Lucas.....	p. 22
López Santestéban, María Paula.....	p. 12	Romano, Matías.....	p. 29
Magallanes Guevara, Kevin.....	p. 33	Ronchietto Meilan, Camila.....	p. 14
Magistrelli, Clementina.....	p. 20	Rosales Werkmeister, Geraldine.....	p. 14
Maldonado Castro, Paola.....	p. 18	Rosero Lansilot, Freddy Andrés.....	p. 20
Manes Rossi, Agustín.....	p. 22	Rosotti, Bianca.....	p. 31
Marquez Acosta, Roxxana.....	p. 15	Rouges, María Eugenia.....	p. 23
Martínez, Candelaria.....	p. 19	Rozemblum, Florencia.....	p. 26
Martínez, Ignacio.....	p. 13	Ruiz, Felicitas.....	p. 23
Martínez Knussel, Jessica.....	p. 34	Ruso, Sofía.....	p. 25
Mascia, Jenifer.....	p. 26	Saal, Malena.....	p. 31
Mayorga Sánchez, Marcela.....	p. 34	Saenz, Emiliano.....	p. 18
Menéndez, María Victoria.....	p. 32	Saenz, Julián.....	p. 20
Mertens Ibáñez, Andrea.....	p. 15	Salomón Larrabure, Aisha.....	p. 25
Meza, Romina Paola.....	p. 35	Sánchez, Ariel.....	p. 11
Micheli, María Lucila.....	p. 35	Sánchez, Camilo.....	p. 23
Millares, Ignacio.....	p. 15	Sánchez García, Vladimir.....	ps. 21, 46
Montes, Mateo.....	p. 14	Santiváñez Santiváñez, Erika.....	p. 14
Monteverde, Ignacio.....	p. 23	Sarti, Natalia.....	p. 11
Morales Maida, María Teresa.....	p. 13	Segura, Rocío.....	p. 23
Morand, Aldana.....	p. 26	Seminario Salomon, Samanta.....	p. 15
Morassut, Julieta.....	p. 14	Seoane, Aime Mailen.....	ps. 28, 48
Muñoz, Nicolás Ignacio.....	p. 19	Smeke, Karina.....	p. 17
Muñoz Cano, Jessica.....	p. 28	Somma, Agustina.....	p. 14
Naistat, Lucila.....	p. 24	Soriano Hughes, Victoria.....	p. 29
Naya Weil, Patricia Cristina.....	p. 35	Toccalino Otero, Cecilia.....	p. 36
Neil, Mercedes.....	p. 11	Toselli, Joaquín.....	p. 33
Nieto, Melina.....	p. 12	Tovar Rueda, Laura Catalina.....	p. 35
Nieva, Analaura.....	p. 18	Trama, Caterina.....	ps. 12, 39
Noboa Loor, Michelle.....	ps. 13, 40	Valdez Tinedo, Ana Carolina.....	p. 42
Nuño, Natalia.....	p. 18	Valencia Farro, Ariana.....	ps. 27, 49
Ocampo, Flavia Lorena.....	p. 44	Vega, Iván Nicolás.....	p. 32
Orellano, María Agostina.....	p. 18	Velarde Argandoña, Roger.....	p. 22
Orfila, Mercedes.....	p. 16	Velez Sánchez, Claudia.....	p. 12
Orihuela, Gonzalo.....	p. 23	Villalba, Micaela.....	ps. 15, 41
Ortiz, Jazmín.....	p. 26	Viola, Marysol.....	ps. 32, 50
Padrón Frías, Desireé.....	p. 32	Vivares, Sebastián.....	p. 15
Páez Verde, Fabiana.....	p. 33	Volpe Machin, Agustina Lucila.....	p. 20
Palacio, Franco Nicolás.....	p. 28	Wilson, Delfina.....	p. 27
Pannitto, Julieta.....	p. 27	Zamora, Gabriela.....	ps. 16, 42
Paolino, Nadia.....	p. 21	Zarini, Magalí.....	p. 26
Paris, Juan Manuel.....	p. 20	Zas, Paulina.....	p. 25
Pasman, Ignacio.....	p. 36		

Publicaciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo desarrolla una amplia política editorial que incluye las siguientes publicaciones académicas de carácter periódico:

• Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos]

Es una publicación periódica que reúne papers, ensayos y estudios sobre tendencias, problemáticas profesionales, tecnologías y enfoques epistemológicos en los campos del Diseño y la Comunicación.

Se publican de dos a cuatro números anuales con una tirada de 500 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

Esta línea se edita desde el año 2000 en forma ininterrumpida, recibiendo colaboraciones remuneradas, dentro de las distintas temáticas.

La publicación tiene el número ISSN 1668.0227 de inscripción en el CAYCYT-CONICET y tiene un Comité de Arbitraje.

• Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]

Es una línea de publicación periódica del Centro de Producción de la Facultad. Su objetivo es reunir los trabajos significativos de estudiantes y egresados de las diferentes carreras. Las producciones (teórico, visual, proyectual, experimental y otros) se originan partiendo de recopilaciones bibliográficas, catálogos, guías, entre otros soportes.

La política editorial refleja los estándares de calidad del desarrollo de la currícula, evidenciando la diversidad de abordajes temáticos y metodológicos realizados por estudiantes y egresados, con la dirección y supervisión de los docentes de la Facultad. Los trabajos son seleccionados por el claustro académico y evaluados para su publicación por el Comité de Arbitraje de la Serie.

Esta línea se edita desde el año 2004 en forma ininterrumpida, recibiendo colaboraciones para su publicación. El número de inscripción en el CAYCYT-CONICET es el ISSN 1668-5229 y tiene Comité de Arbitraje.

• Escritos en la Facultad

Es una publicación periódica que reúne documentación institucional (guías, reglamentos, propuestas), producciones significativas de estudiantes (trabajos prácticos, resúmenes de trabajos finales de grado, concursos) y producciones pedagógicas de profesores (guías de trabajo, recopilaciones, propuestas académicas).

Se publican de cuatro a ocho números anuales con una tirada variable de 100 a 500 ejemplares de acuerdo a su utilización. Esta serie se edita desde el año 2005 en forma ininterrumpida, su distribución es gratuita y recibe colaboraciones para su publicación. La misma tiene el número ISSN 1669-2306 de inscripción en el CAYCYT-CONICET.

• Reflexión Académica en Diseño y Comunicación

Las Jornadas de Reflexión Académica son organizadas por la Facultad de Diseño y Comunicación desde el año 1993 y configuran el plan académico de la Facultad colaborando con su proyecto educativo a futuro. Estos encuentros se destinan al análisis, intercambio de experiencias y actualización de propuestas académicas y pedagógicas en torno a las disciplinas del diseño y la comunicación. Todos los docentes de la Facultad participan a través de sus ponencias, las cuales son editadas en el libro de la Reflexión Académica en Diseño y Comunicación, una publicación académica centrada en cuestiones de enseñanza - aprendizaje en los campos del diseño y las comunicaciones. La publicación (ISSN 1668-1673) se edita anualmente desde el 2000 con una tirada de 1000 ejemplares que se distribuyen en forma gratuita.

• Actas de Diseño

Actas de Diseño es una publicación semestral de la Facultad de Diseño y Comunicación, que reúne ponencias realizadas por académicos y profesionales nacionales y extranjeros. La publicación se organiza cada año en torno a la temática convocante del Encuentro Latinoamericano de Diseño, cuya primera edición fue en Agosto 2006.

Cabe destacar que la Facultad ha sido la coordinadora del Foro de Escuelas de Diseño Latinoamericano y la sede inaugural ha sido Buenos Aires en el año 2006.

La publicación tiene el Número ISSN 1850-2032 de inscripción y tiene comité de arbitraje.

A continuación se presentan los contenidos de las ediciones históricas de la serie Creación y Producción en Diseño y Comunicación.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y escrita. Segundo Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2013.** (2014) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 60, Junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición XII. Escritos de Estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2013. Ensayos sobre la imagen. Edición XIV. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 59, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de In-**

vestigación y Comunicación **Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 58, Diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2013. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 57, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición XIII. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 56, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición XI. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2013.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 55, Octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición XII. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2012.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 54, julio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición X. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2013) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 53, Mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación Proyectos de estudiantes desarrollados en las asignaturas Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 52, Marzo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2012. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño

y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 51, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2012. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 50, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición IX. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2012.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 49, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición XI. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 48, septiembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición X. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 47, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición VIII. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2011.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 46, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2011. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2011.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 45, abril. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2011.** (2012) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 44, marzo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desa-**

- rollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. **Primer Cuatrimestre 2011. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2011.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 43, diciembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición IX. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 42, noviembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2011.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 41, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición VII. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2011.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 40, septiembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición VIII. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 39, junio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición VI. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2010.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 38, mayo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Segundo Cuatrimestre 2010.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 37, abril. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Segundo Cuatrimestre 2010.** (2011) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 36, marzo. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición VII. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 35, diciembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2010.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 34, noviembre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2010. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación Primer Cuatrimestre 2010.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 33, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición V. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2010.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 32, octubre. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición VI. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 31, agosto. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición IV. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2009.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 30, julio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos Ganadores. Asignaturas Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2009.** (2010) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 29, junio. Con Arbitraje.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos Ganadores. Asignaturas Comunicación Oral y Escrita e Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2009.** (2010) Buenos Aires:

Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 28, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2009. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita Primer Cuatrimestre 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 27, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 26, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición III. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 25, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición V. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 24, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Diciembre 2008. Febrero 2009. Proyectos Ganadores. Comunicación Oral y Escrita. Diciembre 2008. Febrero 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 23, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición II. Escritos de estudiantes. Segundo Cuatrimestre 2008. Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Escritos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Diciembre 2008. Febrero 2009.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 22, junio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición IV. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Paler-

mo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 21, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos Contemporáneos. Edición I. Escritos de estudiantes. Primer Cuatrimestre 2008.** (2009) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 20, febrero. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de Estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2008. Proyectos Ganadores. Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2008.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 19, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de Estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2008. Proyectos Ganadores. Comunicación Oral y Escrita. Primer Cuatrimestre 2008.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 18, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición III. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 17, agosto. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2007. Proyectos Ganadores Comunicación Oral y Escrita. Segundo Cuatrimestre 2007.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 16, julio. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2007. Proyectos Ganadores Introducción a la Investigación. Segundo Cuatrimestre 2007.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 15, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Ensayos sobre la imagen. Edición II. Trabajos de estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.** (2008) Buenos Aires: Universidad de Paler-

mo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 14, marzo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación Segundo cuatrimestre 2006, primer cuatrimestre 2007.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 13, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos. Propuestas. Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en Concursos Internos 2006. Trabajos Reales para Clientes Reales.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 12, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos. Propuestas. Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en Concursos Internos 2005. Concurso Identidad Visual y Brand Book para la presentación ante la UNESCO de Buenos Aires como paisaje cultural.** (2007) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 11, marzo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación 2006.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 10, diciembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Rediseño de marca y Brand Book para la Sociedad Central de Arquitectos (SCA) Orientación en Imagen Empresaria de la Carrera de Diseño, 1º Cuatrimestre.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Alberto Farina: Historias y discursos de cine y televisión. Raquel Bareto: El nacimiento del Expresionismo alemán. Mario D' Ingianna: Fragmentos de Weimar. Sebastián Duimich: La guerra de las Galaxias II. El video contraataca. Victoria Franzán: Jurassic Park ¿Un hito vanguardista? María Sol González: Ciento: Final Fantasy: The spirits within. Agustín Gregori: Cinta sketch. Amalia Hafner: De la pretensión de objetividad. Walter Rittner: Ciudades en el Expresionismo alemán. Irina Szulman, Pablo Lettieri y Paula Téramo: Notas alrededor de Antes del Atardecer. Mariano Torres: La metamorfosis cinematográfica del vampiro.** (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, agosto. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Florencia Bustingorry: Extrañar lo cotidiano ¿Punto de partida o de llegada en el proceso de investigación? Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación.** 2005. (2006) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos, Propuestas y Creaciones. Trabajos de estudiantes de Diseño y Comunicación premiados en concursos internos 2004.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, octubre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional (Segundo ciclo Agosto 2004 - Julio 2005). Proyectos de estudiantes: Diseño de Imagen Empresaria, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño de Interiores, Diseño de Packaging, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Diseño Textil y de Indumentaria, Licenciatura en Comunicación Audiovisual, Licenciatura en Publicidad y Licenciatura en Relaciones Públicas.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, septiembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación. Thais Calderón: La investigación y lo inesperado. Carlos Cosentino: Investigación y aprendizaje. José María Doldan: Algunas ideas sobre investigación. Laura Ferrari: El programa de investigación. Rony Keselman: Poetas y matemáticos. Graciela Pascualetto: Generaciones posmodernas.** Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. 2004. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, septiembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Diseño de marca de Brand Book para el Casco Histórico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: orientación en Imagen Empresaria de la carrera de Diseño.** (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, mayo. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional. Proyectos de estudiantes: Diseño de Imagen Empresaria - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Interiores - Diseño de Packaging - Diseño Editorial - Diseño Publicitario - Diseño Textil y de Indumentaria - Licenciatura en Comunicación Audiovisual - Licenciatura en Publicidad - Licenciatura en Relaciones Públicas.** (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, noviembre. Con Arbitraje.

> Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Historias, discursos: Apuntes sobre una experiencia.** Eduardo Russo. **Pioneros y fundadores:** Sebastián Duimich. **Fritz Lang, la aventura.** Virginia Guerstein. **Cine nacional e identidad: Los primeros pasos.** **La batalla de las vanguardias:** María del Huerto Iriarte y Marilina Villarejo. **Surrealismo: Un perro andaluz y la lógica del absurdo.** Anabella Sánchez. **Dadá, Surrealismo, Entreacto.** **Legados y continuidades:** Victoria Franzán, Virginia Guerstein y Tamara Izko. **Cine comercial: Los sesenta, los**

noventa. Marina Litmajer. **El impacto de los años '60 en la producción audiovisual actual ¿Sabés nadar? Y el cine del no-entre-tenimiento heredado de la Nouvelle Vague.** **Rupturas y aperturas:** Gastón Alé, Florencia Sosa y Florinda Verrier. **La ruptura de la linealidad en el relato.** **Vanguardias, Videoarte, Net Art.** **Producciones digitales y audiovisuales de estudiantes de la Facultad en Diseño y Comunicación. Catálogo 2003.** (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, agosto. Con Arbitraje.



Facultad de Diseño y Comunicación

Mario Bravo 1050. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. C 1175 ABT. Argentina
www.palermo.edu