

26

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

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

Diciembre 2009

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.
centrodedocumentacion@palermo.edu

Director

Oscar Echevarría

Editora

Fabiola Knop

Coordinación del presente ejemplar N° 26

Cecilia Noriega
Luciana Uro
Cristian Bran

Comité Editorial

Débora Belmes. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Allan Castelnuovo. Market Research Society. Londres.
Reino Unido.
Raúl Castro. Universidad de Palermo. Argentina.
Michael Dinwiddie. New York University. EE.UU.
Marcelo Ghio. Universidad de Palermo. Argentina.
Andrea Noble. University of Durham. Reino Unido.
Joanna Page. Cambridge University, CELA. Reino Unido.
Hugo Pardo. Universidad Autónoma de Barcelona. España.
Ernesto Pesci Gaytán. Universidad Autónoma de Zacatecas.
México.
Daissy Piccinni. Universidad de San Pablo. Brasil.
Fernando Rolando. Universidad de Palermo. Argentina.
Rodolfo Sánchez. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Viviana Suárez. Universidad de Buenos Aires. Argentina.
Gustavo Valdés. Universidad de Palermo. Argentina.

Comité de Arbitraje

Pablo Barilari. Profesor del Departamento de Diseño Gráfico.
Patricia Iurcovich. Profesora del Departamento de Relaciones Públicas.
Carlos Morán. Profesor del Departamento de Diseño Gráfico.
Estela Reca. Profesora del Departamento de Diseño de Interiores.
Pedro Reissig. Profesor del Departamento de Diseño Industrial.

Textos en Inglés

Marisa Cuervo

Textos en Portugués

Mercedes Massafra

Diseño

Francisca Simonetti
Guadalupe Sala
Constanza Togni

1° Edición.

Cantidad de ejemplares: 400

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.
Diciembre 2009.

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

Escuela de Diseño

Secretario Académico

Jorge Gaitto

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.

26

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

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

Diciembre 2009

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
Primer Cuatrimestre 2009

Proyectos Ganadores

Introducción a la Investigación
Primer Cuatrimestre 2009

Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.
Buenos Aires, Argentina. Diciembre 2009

Introducción.....pp. 9-10

Introducción a la Investigación 2009/1

Profesora Cecilia Noriega.....p. 11

**Investigar la vida cotidiana de la ciudad y ponerse en la piel del investigador: dos desafíos
cumplidos en el inicio de la vida universitaria**

Profesor Marcelo E. Bianchi Bustos.....pp. 13-16

**Trabajos ganadores del Concurso Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación.
Primer Cuatrimestre 2009.**

Presentados por cátedra.....pp. 17-47

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación.

Primer Cuatrimestre 2009.

Presentados por cátedra y por autor.....pp. 49-95

Índice de proyectos de estudiantes

(Presentado por cátedras y por título).....pp. 97-102

Índice por autor

(Ordenado alfabéticamente).....pp. 103-106

Publicaciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.....pp. 107-109

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009

Resumen / Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009

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 - graffitis - 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. First Semester. Period 2009.

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 - theatres - urban phenomena - urban practice.

Resumo / Trabalhos de estudantes produzidos na disciplina Introdução à Pesquisa. Primeiro Quadrimestre 2009.

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 plantea 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: Introducción a la Investigación, Taller de Redacción y Comunicación Oral y Escrita. Los objetivos del NFA son desarrollar las habilidades metodológicas para la investigación, para 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 4tos años de las carreras.

Este núcleo de asignaturas está pensado para que enriquezca e irradie sus aprendizajes hacia el 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 Jó-

venes de Investigación y Comunicación que cierra la cursada de las tres 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 y a sus profesores y a la comunidad educativa toda, los resultados y propuestas de sus investigaciones y creaciones.

En cada una de las aulas los estudiantes y los profesores eligen mediante una votación fundamentada los mejores proyectos; de manera que al finalizar cada cuatrimestre el Decano junto al Equipo de Gestión Académica realiza un relevamiento y una evaluación de las temáticas que interesan a nuestros estudiantes así como la calidad de los documentos. A su vez la Facultad sostiene el proyecto mediante dos publicaciones, una, Escritos en la Facultad que resulta una suerte de agenda o guía para concurrir a la Semana de Proyectos donde se publica los temas y grupos por docente, asignatura, día y turno. La otra publicación es esta misma: Creación y Producción en Diseño y Comunicación que va por el quinto volumen dedicado a la asignatura Comunicación Oral y Escrita.

El Decano y el Equipo de Gestión Académica nos sentimos orgullosos y entusiasmados de llevar adelante este proyecto pedagógico de tanta calidad para nuestros estudiantes ingre-

Introducción a la Investigación 2009/1

Profesora Cecilia Noriega

Una de las líneas centrales del trabajo pedagógico de la Facultad de Diseño y Comunicación, son los Proyectos Pedagógicos. Estos estructuran la coordinación, tanto de los contenidos de las asignaturas como la tarea de aula que realizan los profesores y en cuanto a los estudiantes les brindan un marco de gran valor académico para su producción.

Esta asignatura, Introducción a la Investigación, forma parte del Núcleo de Formación Académica (NFA), junto con Comunicación Oral y Escrita y Taller de Redacción. Asignaturas de primer año de las carreras de Diseño y Comunicación, que tienen como campo común de conocimiento, la investigación y el lenguaje. Desde el año 2004 que se ha formalizado el proyecto y ha ido transformándose en lo que es hoy en día, un muestreo bellísimo de publicaciones de la producción de nuestros estudiantes del primer año. Centrado en sus investigaciones exploratorias e incipientes, de las temáticas seleccionadas por ellos y sus docentes, donde manifiestan sus intereses y curiosidades.

Nuestros estudiantes recortan un tema, en lo posible muy cercano a la carrera que han elegido, realizan un relevamiento de diversas fuentes sobre la temática, construyen un marco teórico pertinente, elaboran una hipótesis simple de trabajo, realizan entrevistas y observaciones es decir trabajo de campo, para luego extraer conclusiones referentes a la hipótesis planteada y por último escribir el informe tripartito que el proyecto demanda.

Los estudiantes nos enorgullecen con sus proyectos cada cuatrimestre, sorprendiéndonos a nosotros y a sus profesores con sus aportes. A continuación van algunos fragmentos seleccionados.

Como por ejemplo, las influencias europeas en nuestra moda:

Argentina toma como referente la moda de Europa, adoptando un estereotipo de modelo y dentro de la creatividad y originalidad del diseñador lo convierte en un estilo argentino, que suele reflejarse en ella distintas épocas, culturas, colores. Dentro de mi punto de vista, explorar las tendencias europeas es un modo de meterme dentro del mundo del negocio, estudiando los movimientos del mercado y observando el mundo de las empresas. (Nicolé Rey. Estudiantes del Prof. Martín García Sastre)

El análisis de grandes fotógrafos:

Andrés Serrano es un fotógrafo estadounidense que causó perturbaciones dentro de la sociedad actual, desarrollando temas controversiales y abordándolos de manera polémica. Este proyecto está enfocado hacia una de sus

exposiciones más conmovedoras titulada La Morgue, en la que se muestran fotografías de cadáveres. La investigación tiene por objetivo estudiar el rol de esta exposición dentro del pensamiento posmoderno, reflexionando acerca de una sociedad indiferente que busca evadir la idea de la destrucción de su existencia. (Celina Lacaze, Fernanda Ordenanz y otros. Estudiantes de la Prof. Mercedes Pombo)

La evolución en el *packaging*:

Este proyecto de investigación busca determinar si existe una relación entre las tendencias artísticas y el *packaging* de la industria discográfica, tomando como marco temporal el período comprendido entre la década de los 50 y la actualidad, también llamada posmodernidad. A lo largo de la investigación, se puede comprobar que aquellas tendencias que surgieron conforme al transcurso de las décadas, lograron impregnarse en la gran mayoría de los diseños expresados durante cada período. (Sandra Ayora, Belén Greco, Florencia Rolandelli. Estudiantes de la Prof. Laura Aguirre)

Una investigación sobre telas inteligentes:

Se ha desarrollado esta investigación sobre las telas con el fin de poder comprender su historia, sus inicios y como se fueron desarrollando a través del tiempo, pasando por las distintas figuras de cada época. De la mano de las telas fueron los estampados, tinte, y diversas maquinarias que lo hacían posible. Hasta llegar hace unos años a incorporar tecnología. Hoy en día se sigue investigando, indagando y explorando. Generando así cada vez más telas inteligentes con varias funciones y capacidades. Luego se fueron realizando diseños en indumentaria y calzados. Las telas tuvieron un crecimiento escalonado, pero todavía no logran que los textiles inteligentes sean muy conocidos. (Carolina Pfeifer. Estudiantes de la Prof. Marisabel Savazzini)

Esto es una mínima muestra del nivel de excelencia alcanzado por nuestros estudiantes y profesores, que evidencian la riqueza del trabajo con los Proyectos Pedagógicos, punto crucial de nuestro estilo de trabajo en el aula.

Esperamos con orgullo que este primer paso en la formación universitaria de nuestros estudiantes, se profundice y alcance niveles conceptuales y profesionales en armonía con estos logros.

Investigar la vida cotidiana de la ciudad y ponerse en la piel del investigador: dos desafíos cumplidos en el inicio de la vida universitaria

Profesor Marcelo E. Bianchi Bustos

“Desde sus orígenes más remotos, desde el nacimiento y conformación de la inteligencia, el ser humano investigó” (Mancuso, 1999: 13). La frase del Dr. Hugo Mancuso es muy interesante para introducir el tema de este trabajo: la investigación en el marco de una experiencia de cátedra universitaria. Como parte del currículum de sus estudios universitarios, los alumnos del primer cuatrimestre de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo cursan la materia Introducción a la Investigación. Si bien puede parecer a ojos de alguien que mira la currícula una materia sin sentido o que tal vez está muy cerca de los inicios de los estudios superiores y que ello puede provocar que no se consideren algunos aspectos esenciales que se encuentran vinculados con la epistemología de la investigación, en el marco de un modelo pedagógico por proyectos que tiene esta casa de altos estudios, introducir a los estudiantes en temas vinculados con la investigación es una apuesta importante pues ya desde el inicio de su tránsito universitario se busca que el mismo adquiera una serie de saberes vinculados con la actividad investigativa que le serán de especial importancia para su carrera. Se aprende a trabajar a partir de la reflexión y del método, que es importante recordar que, considerando su etimología griega, no es otras cosas más que un camino a seguir.

Algunas cuestiones en torno a la investigación en el primer año de la FDyC - UP

Al trabajar con esta materia lo que perseguimos básicamente es que el estudiante desarrolle una serie de competencias o habilidades de tipo cognitivo que serán de especial importancia para el resto de su vida universitaria. Siguiendo algunas de las líneas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, considero que el trabajo desarrollado a lo largo de todo el cuatrimestre permite, entre otras cosas, el desarrollo de una serie de 6 tipos distintos de habilidades. En el primero de los grupos se encuentran aquellas vinculadas con la percepción, que se corresponden con la etapa en la que el investigador observa la realidad y a partir de su intuición ve en ella una serie de fenómenos. Esta etapa, caracterizada tal vez por ser la de mayor subjetividad, es fundamental pues es aquí donde se comienza a pensar en el tema y el problema de investigación. Por supuesto que esta lectura del mundo implica también el desarrollo de otras habilidades entre las que se encuentran el saber preguntar, el saber observar y el dominio de una serie de operaciones cognitivas importantes como por ejemplo la inferencia, la inducción y el análisis. Unida a estas, tenemos el tercero de los grupos de habilidades constituidos por aquellas vinculadas con el pensamiento, entre las que se destacan destrezas como el pensar crítica, lógica y reflexiva-

mente. Es aquí donde uno de los objetivos básicos de todo nivel educativo que tiene que ver con formar personas que sean capaces de pensar críticamente se trabaja y se busca tratar de afianzarlo. También se une aquí el pensar creativamente y el pensar autónomo: dos condiciones básicas para que los aprendizajes de los alumnos sean mejores y que puedan crear al mismo tiempo que estudian. Otra de las etapas se caracteriza por lo metodológico, aspecto que será considerado en el siguiente apartado. Una de las últimas habilidades, ubicada tan sólo en ese lugar por una cuestión de linealidad del significante, en palabras de F. de Saussure, pero no por carecer de importancia, es la vinculada con la construcción social del conocimiento. Esta se logra mediante el trabajo en equipo, la reflexión conjunta y la comunicación de los resultados. En nuestro caso concreto esta comunicación se logra a través de varios medios. El primero de los mismos, en la Semana de Proyectos Jóvenes en la que se muestra que no sólo se trabaja con lo escrito sino con lo oral pero apoyado al mismo tiempo en una forma atractiva de presentar los resultados, acorde con el nivel de los estudios alcanzados por los alumnos, estudiantes de carreras vinculadas con el diseño y la comunicación. Tanto en la presentación escrita como en la oral, los resultados parciales o finales de la investigación, presentados por medio de textos (escritos y orales) deben cumplir con algunas características básicas (López García, 1996), como por ejemplo:

- Claridad: en todo momento se debe tener en cuenta que es necesario escribir para todos y que no basta solamente con que se entienda lo que escribimos sino que es necesario que en ningún caso se deje de entender.
- Concisión: deben utilizarse las palabras justas para que el sentido sea patente y la comprensibilidad inmediata.
- Verosimilitud: no es suficiente con decir la verdad (tema central cuando se intenta investigar y buscar “la verdad”), sino que hay que escribir de manera que los hechos reales parezcan verdaderos.
- Univocidad: se deben evitar las ambigüedades del lenguaje, señalando al hacer referencia, a la definición conceptual de las palabras.
- Corrección: se debe cumplir con la normativa gramatical, aspecto árido y tal vez terrible pero de gran importancia pues de esa forma los escritos serán de calidad y podrán circular entre todos los usuarios de la lengua evitando el problema de no ser entendidos.

Durante esta Semana de Proyectos Jóvenes los alumnos de la materia comparten con sus pares los resultados de sus

acotadas investigaciones. Si bien puede ser mirado por muchos como una simple actividad es mucho más que eso, porque durante dos semanas en todas las aulas de Introducción a la Investigación se discuten los temas de investigación y se muestran los grados de avance. También en esta comunicación, los alumnos han presentado sus trabajos y los han defendido en las mesas examinadoras y con sus aportes se hace esta publicación que compila los trabajos de todos los alumnos de primer año que han cursado la materia.

Las etapas de la investigación en la lógica de los trabajos de la materia

Como se ha señalado anteriormente al hacer referencia a las habilidades, todo proceso de investigación se inicia con algún problema perteneciente a alguna área del conocimiento, en nuestro caso en aquellas vinculadas al diseño y la comunicación. A partir de allí se pone en marcha todo el proceso de la investigación, siendo el paso inicial para seguir ese camino correcto que nos puede llevar al lugar al que queremos arribar. Así, desde la cátedra se intenta que los estudiantes comprendan que en una primera etapa, el problema o interrogante se presenta de forma vaga, imprecisa y que paulatinamente se va concretando hasta ser resuelto.

Sin problema no hay verdadera búsqueda de conocimientos, no hay creación. Sólo después de que se formuló el problema, se realizó la investigación bibliográfica adecuada consultando las bibliotecas y centros de estudios y no sólo quedando con la opción más económica –en tiempo y en esfuerzo– de Internet, se plantearon los objetivos de la investigación, se seleccionaron y definieron –conceptual y operacionalmente las variables–, se especificó el universo del estudio y las características de la muestra se pasará a una segunda etapa en la cual, entre otros componentes, se elaborarán los instrumentos de recolección de datos. Sin lugar a dudas, muchos pasos desde la perspectiva de los estudiantes que se inician en la tarea de investigar pero, al mismo tiempo, cada uno de ellos principios rectores para hacer de ese caminar hacia, una acción más sencilla aunque no menos exigente.

Es decir que el instrumento se elige y construye una vez planteado el problema y las preguntas con las que se indagará el aspecto de la realidad que nos preocupe, y cumplidas las diversas tareas señaladas que se encuentran implicadas en dicho planteamiento, pues la simple elección de un tema de interés no es suficiente para que el investigador decida qué datos se necesitan, cómo se obtendrán y cómo se realizará, posteriormente, su análisis e interpretación (Sellitz, 1980: 86). Desde la práctica del investigador novel, muchas veces se cae en errores de importancia, como por ejemplo comenzar con un instrumento de recolección de datos antes de definir el problema de la investigación y de formular las hipótesis que guiarán dicho proceso es un error común que puede perjudicar el proceso de la investigación científica. Si se comienza por esta etapa no se sabrá para qué se realiza la recolección de los datos y por lo tanto, existe la posibilidad, de que los datos obtenidos no sirvan para nada. Como señala Quivy (1992: 11), es fundamental concebir a partir de este problema de investigación un plan y ponerlo posteriormente en práctica, pues –considero– que es ilógico que una investigación comience con un instrumento de recolección de datos, porque ello implicaría ir a examinar a la realidad sin tener en claro qué se desea indagar de ella.

Una vez delimitados todos estos aspectos, comienza la compleja etapa de la investigación. Y como lo han propuesto algu-

nos especialistas, a investigar investigando. La búsqueda de la bibliografía, el trabajo de campo, las entrevistas, la observación fueron algunas de las cosas realizadas en esta etapa. Cada uno de los momentos debió ser planificado, pensado, discutido, para llegar finalmente a la más compleja para los estudiantes, la de la escritura de los resultados, es decir, la de la comunicación de todo lo observado en la indagación de la realidad.

¿Por qué pensar en la vida cotidiana de la ciudad? La experiencia de la cátedra en el primer cuatrimestre de 2009

Vivimos la ciudad, la transitamos pero tal vez no siempre la pensamos. Como una habitante más de la ciudad, no por mi domicilio sino por el hecho de trabajar en ella, siempre me han apasionado sus costumbres, sus características. Esto es precisamente lo que motivó que, durante el cuatrimestre, mi proyecto de cátedra y las producciones de los estudiantes estuvieran enmarcadas dentro del tema de la ciudad y sus habitantes¹.

A partir de un texto, caracterizado por la subjetividad, que escribí y que compartí con los alumnos se desarrolló el proyecto. Este texto, producto de mi pensamiento, de mis reflexiones, decía:

Los suburbios imitaban las ciudades europeas: parques vacíos, torres como pajareras, iglesias con campanarios coronados por estatuas de la Virgen María, casas con enormes discos de televisión en las azoteas. Buenos Aires no se parecía a Kuala Lumpur. En verdad se parecía a casi todo lo que yo había visto antes; es decir, se parecía a nada. (Tomás Eloy Martínez, 2007: 19)

La frase del último libro que leí y que hace referencia a la ciudad y el tango, me anima a escribir, a pensar a través de las palabras escritas. La vivo y forma parte de mí y yo de ella aunque no resida dentro de sus límites. Soy uno de los tantos miles de miles que día tras día, pienso en mi ciudad pero tal vez es muy parecida a todas. Hace varias décadas que la conozco, tal vez las que ya poseo en mi vida, y he visto como ha mutado. Y sí, es como dijeron varios de los estudiosos que se han dedicado a ella: un organismo vivo. Roland Barthes dijo que “es un discurso y este discurso es verdaderamente un lenguaje. La ciudad habla a sus habitantes, hablamos nuestra ciudad, la ciudad donde nos encontramos, simplemente por habitarla, por recorrerla, por mirarla”. Por supuesto que también es un discurso que hay que tratar de entender, de descifrar, de analizar. Por momentos me siento un espectador de la realidad de la ciudad, de una realidad en ciertos aspectos terribles y en otros, bellísima, que muchos, como Beatriz Sarlo, la han retratado pero que a pesar de haberla leído en los papeles, en los libros, no me deja de sorprender. Siento que existe la necesidad de que la ciudad sea leída por mí, desde mi subjetividad, no por una cuestión de soberbia sino porque siento que al ser leída por mí voy a poder desentrañar toda la compleja red de signos que la constituyen.

Tal vez sería interesante tratar de descomponer el rompecabezas y pensar que en la ciudad nada que se refiere al hombre pertenece a su ámbito y que cada una de las cosas que en ella suceden y lo que le sucede a quienes la viven (aunque no residan en ella) no le es ajeno. No debe-

mos olvidar que en su interior anida la vida misma, hasta confundirnos y hacernos creer que son ellas las que viven y respiran. ¿Pero qué implica esto? Simplemente tratar de ver, de analizar y de encontrar sentidos.

Lo primero que se me ocurre es pensar en la gente, en la gran masa que la puebla pero además en la gran cantidad que durante el día (o la noche en el caso de aquellos que ocupan trabajos más marginales). Miles, millones de personas están en sus calles, en sus edificios, sobre la tierra y debajo de ella. Un gran hormiguero pero de hormigas aisladas (en muchos casos) pues la incomprensión y la ley de la jungla, tal vez esa a la que hizo referencia Discépolo en sus tangos por la década del 30, está inmersa en lo cotidiano. ¿Esperanzas, ilusiones, sueños rotos? Sí, pero también, alegrías y felicidades. En todo lo que observo es una gran polaridad, dos mundos que corren en paralelo aunque no se trate de un cuento de ciencia ficción o fantástico sino de la realidad. Tal vez su imagen sea, producto de esa polarización, bastante contrautópica pues en realidad muestra una imagen de la ciudad que no es la deseada pero es la ciudad real: una imagen que habla por sí misma de las diferencias en la que anidan no una sino varias ciudades en este monstruo que es Buenos Aires.

Una de las primeras ciudades que coexisten con otras que por ahora las vamos a denominar del alto poder adquisitivo y que incluye a lugares y barrios como la Avenida Santa Fe, "los" Palermo (si bien se trata de un barrio tradicional de Buenos Aires, nuevas tendencias extendieron hoy los límites del barrio y hablan ridículamente de Palermo Soho, Palermo Hollywood), Recoleta y Puerto Madero. En ella, en esta porción del monstruo que es Buenos Aires, de este gigante que como dijo Ezequiel Martínez Estrada es la cabeza de Goliath, todo es imagen y lo que importa es pertenecer (en algunas de las zonas más clásicas por medio de la supervivencia de lugares que muestran una Argentina del pasado y otros, de corte más vanguardistas, intentando mostrar la creación –aunque en muchos casos es una mera copia– y denotando que el ambiente y el paisaje es el típico de Buenos Aires. Muchas veces pienso que cuánto más alguien trata de mostrar que esa es la verdadera ciudad es porque trata de convencerse a sí mismo y a los otros de que en realidad se trata de un gran lugar montado, de un lugar para turistas, de un pequeño espacio en el que conviven muchas personas pero que no tienen nada que ver con la mayoría de la población y que sólo quieren mostrar una ciudad igual que otras pero no la verdadera ciudad.

La otra ciudad, a la que todavía no dimos nombre, es difícil de ubicar en un lugar preciso aunque tal vez exista en un momento temporal determinado: la noche. La ciudad de la noche la podemos ver en cualquier lado, por ejemplo en el barrio de Retiro (donde se encuentran las líneas de varios trenes y la terminal de ómnibus de la ciudad y una de sus villas más grandes, la 31, que cada día se extiende más y que muestra de un lado de las vías de los ferrocarriles que existe esa otra Buenos Aires). Pero no todos los que forman parte de esta realidad pertenecen a la ciudad de Buenos Aires sino que muchos son similares a mí pues van a ella a trabajar, aunque lo que hacen no sea visto como un trabajo pues hay quienes no entienden que no hay ningún tipo de placer en cargar kilos de cartones en la espalda o estar hasta altas horas de la madrugada en invierno, con

la lluvia, esperando que termine el show de la otra ciudad para ir a revolver los restos de basura. Esa imagen que Enrique Santos Discépolo la pensó en el tango *Yira, yira* ya no es algo literario sino que es algo de todos los días: que se vive, se la ve, se la padece. Un hecho que es tan común que a nadie le llama la atención. Esta ciudad vive a expensas de la primera, formando un complejo entramado, pero lo hace viviendo de las sobras de sushi, de un lomo al malbec, de una hamburguesa de una cadena de comida rápida, de carne al borde de la podredumbre que será hervida con vinagre, de cualquier cosas que se puede encontrar dentro de las bolsas de residuos. La imagen es terrible pero está. La imagen habla de la desidia, de la pobreza, de la injusticia, del desinterés de algunos en un mundo desigual. Tal vez esta "nueva" ciudad no sea en el fondo tan nueva. Si nos remitimos a la literatura, nos encontramos con imágenes similares a lo largo de la historia argentina. Una de sus primeras apariciones literarias es el testimonio de Isabel de Guevara, una de las pocas mujeres que acompañaron a Pedro de Mendoza en su expedición al Mar Dulce, tal como denominó al Río de la Plata. En una carta del año 1556, dirigida a la princesa describe el hambre y el sufrimiento que padecieron sus primeros pobladores. Dentro de la misma línea se puede ubicar al relato de Ulrico Schmidell quien en su *Viaje al Río de la Plata* del año 1599 muestra una Buenos Aires que continúa siendo dominada por el hambre en la que para poder satisfacerlo se comían desde ratas, ratones y reptiles hasta hombres que habían sido ahorcados. Esos mismos testimonios históricos fueron tomados por Manuel Mujica Láinez y recreados en *El hambre*, el primero de los cuentos de *Misteriosa Buenos Aires*. Esa es la misma ciudad que describe Rafael Barret, un escritor y periodista español que llegó a Buenos Aires en el año 1903, y que muestra una urbe que podría ser caracterizada como el lugar de las pesadillas, una imagen que para la época es bastante diferente de la hegemónica que la mostraba como una ciudad rica y opulenta. En el marco de una geografía plagada de espectros verdosos que se despegan de las fachadas de la Avenida de Mayo, este autor, presenta a los niños y jóvenes como desnudos, descalzos, extenuados, con el hambre en sus rostros, y junto a éstos a los obreros, a los que caracteriza como machos fuertes y siniestros, con una mirada de odio en sus caras. Barret muestra como, en el mismo marco geográfico de la opulencia con los palacetes de comienzos de siglo XX, hay una población harapienta que surge del abismo y roe al pie de los palacios las sobras que algunos dejan.

Una ciudad que como afirma T. Eloy Martínez es majestuosa en las alturas pero pobre en sus plantas bajas, una ciudad que muestra cómo fue en una época que ya pasó. Una ciudad que se niega al cambio desde lo material pero que en lo cotidiano lo vive. ¿Es algo propio de mi Buenos Aires o es común a todas las ciudades?

Por supuesto que hay mucho más para pensar para tratar de entender este complejo mecanismo en el que distintos factores se unen. Es necesario pensar en la educación y en todas las promesas de la modernidad que no fueron cumplidas que incluye considerar no sólo en la educación formal sino en otra que considere aspectos vinculados con la droga, la procreación, también es necesario pensar en la religiosidad de sus habitantes, en el sexo y en su

oferta constante en la vía pública (lo censurado) conviviendo con lujosos lugares de encuentro en barrios destinados a la élite donde todo está permitido (una vez más, la desigualdad, para unos, los marginales, por medio de la crítica, para otros, por medio de la publicidad y de la seguridad de estar en un lugar con gente del mismo nivel que ha llegado incluso a ofrecer un turismo sexual a los extranjeros). Sin dudas son muchas las cosas que es necesario pensar dentro de un paradigma de la complejidad si se quiere entender a esta ciudad moderna.

Como se ve, el tema a abordar fue la ciudad, sus habitantes y sus costumbres. Rápidamente los alumnos se hicieron cargo de la tarea y de esa forma salieron algunos sub-tópicos vinculados con Buenos Aires como por ejemplo la ciudad y el tango, los sentimientos en la poética de Enrique Santos Discépolo, el café como un lugar de encuentro característico de la ciudad de Buenos Aires, los travestis y los cartoneros como habitantes marginales, muchas veces negados pero muy reales. Lo interesante de trabajar todos con un mismo tópico fue que se pudo discutir grupalmente algunas categorías, compartir lecturas en común, unificar esfuerzos y tratar de pensar a la clase como un gran grupo de investigación.

A modo de conclusión

Tan sólo a modo de una conclusión personal –que se sumará

seguro a las de cada uno de los lectores de esa publicación– se puede ver que a través de todo el proceso realizado, los alumnos han aprendido a encarar un proyecto de investigación, tanto desde sus etapas iniciales como en su desarrollo y en su cierre por medio de la escritura y la comunicación de los resultados. Todo el trabajo del cuatrimestre dio cuenta de la complejidad del tema y las angustias, los temores, las certezas y las alegrías pudieron estar presentes, sin embargo los resultados –no sólo de mi cátedra sino de todas las de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo– están a la vista: una primera producción académica de buen nivel.

Notas

1 La decisión de trabajar con este tema tiene que ver con la línea de investigación que vengo desarrollando en mi Doctorado.

Referencias bibliográficas

- Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2005). *La investigación y su integración al modelo académico*. Modelo Minerva, Período 2004-2008, Vicerrectoría de Docencia.
- López García, Ángel (1996). *Escritura e información. La estructura del lenguaje periodístico*. Madrid, Cátedra.
- Selltiz, C., Wrightsman, Lawrence S. y Cook Stuart C. (1980). *Métodos de investigación en las relaciones sociales*. Madrid, Rialp.
- Martínez, Tomas Eloy (2007). *El cantor de tango*. Buenos Aires, Planeta.

Trabajos ganadores del Concurso Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Primer Cuatrimestre 2009

(presentados por cátedra)

Primeros Premios

Cátedra: Laura Aguirre

Evolución del packaging discográfico a partir de 1950

Sandra Ayora, Belén Greco y Florencia Rolandelli
Diseño gráfico

Síntesis

Este proyecto de investigación busca determinar si existe una relación entre las tendencias artísticas y el *packaging* de la industria discográfica, tomando como marco temporal el período comprendido entre la década de los 50 y la actualidad, también llamada posmodernidad.

En el marco teórico se incluyó toda la información relacionada con el problema de investigación, en el cual se volcaron las corrientes artísticas que se presentaron e influyeron en las décadas estudiadas.

Dentro de la investigación de campo se realizaron entrevistas, consultas bibliográficas adicionales y un análisis comparativo entre una muestra de portadas de discos y las tendencias artísticas.

Conclusión

Después de haber realizado los análisis correspondientes a nuestra investigación, estamos en condiciones de afirmar que, efectivamente, existe una relación entre las tendencias artísticas y el diseño de las portadas de los discos, cumpliéndose de esta manera, la hipótesis planteada anteriormente.

Estos estilos influyen de manera muy significativa en todo lo que comprende tanto los colores utilizados en los diseños, como así también en las formas y los temas de los mismos.

A lo largo de la investigación, se puede comprobar que aquellas tendencias que surgieron conforme al transcurso de las décadas, lograron impregnarse en la gran mayoría de los diseños expresados durante cada período.

Por otro lado, se puede observar que luego de la década de los 80, comenzaron a retomarse aquellos estilos utilizados a lo largo de todo el siglo XX, tales como el Surrealismo, Nuevo Clasicismo y Futurismo, entre otros. Sin embargo, éstos no se presentaban con las mismas características que se podían apreciar en sus inicios, sino que se produjo una leve modificación de los mismos, con el objetivo de generar una mejor adaptación de acuerdo a la época.

A su vez, podemos determinar la vigencia en la actualidad de corrientes surgidas en períodos anteriores, como bien pueden ser el arte cinematográfico, el Arte Pop y el Dadaísmo,

entre otras. Estas tendencias, se encuentran aplicadas a través de técnicas digitales que fueron evolucionando en relación directa con la tecnología.

Finalmente, podemos decir que logramos cumplir con los objetivos anteriormente propuestos al iniciar la investigación, dado que, ciertamente se desarrolló un amplio análisis acerca de los estilos gráficos utilizados durante los períodos analizados y la relación de éstos con ese mismo período, dando como resultado los gráficos que se ven en el trabajo.

Por otro lado, otro de nuestros objetivos planteados fue la determinación de la influencia de los avances tecnológicos respecto de las gráficas de los productos, con lo cual, de acuerdo a esto, podemos decir que la influencia es muy significativa. Más aún, teniendo en cuenta que la época en la que nos encontramos está sujeta de manera directa al desarrollo de la tecnología, viendo que esto se puede ver reflejado en el diseño gráfico a nivel general.

Cátedra: Roberto Algasi

Campañas y actos políticos: El PRO en las últimas elecciones

Paola Francavilla
Organización de Eventos

Síntesis

A través de la siguiente investigación, se pretende examinar las cuestiones relacionadas a las campañas políticas; desde la concepción de las mismas hasta la decisión del voto de los electores.

El objetivo principal de esta investigación es poder analizar, en primer lugar, la transformación cultural del electorado a votar o no, a favor de un candidato o personaje, en lugar de un partido o plan presentado en una campaña y, por otra parte percibir la reacción de los partidos políticos en la forma de hacer campaña ante esta tendencia.

A lo largo de todo el texto se podrán ver las diferentes técnicas de recopilación utilizadas para llevar a cabo esta investigación, dentro de las cuales podemos mencionar encuestas cerradas a los electores y guías de observación estilo *clipping* a los medios de comunicación masiva.

Varias son las dimensiones del problema que son analizadas: los recursos comunicacionales más efectivos en una campaña; el impacto en la construcción de una mayor imagen positiva del candidato expuesto dependiendo del medio de comunicación utilizado y la capacidad de las campañas para operar efectos de cambio en el sentido del voto. Según lo que

pudo investigarse, pudo deducirse que las personas le dan mayor importancia al momento de elegir a su candidato, a la transmisión por la televisión en el recuerdo que construyen de la campaña, lo cual justamente no redundaba en una mayor imagen positiva.

Conclusión

A esta altura, estamos en condiciones de presentar algunos resultados producto de esta investigación:

- Las técnicas de mediatización política que utilizó el PRO en el año 2007 identificadas son: spots publicitarios en canales abiertos de televisión (Telefé, Canal 13, América TV), medios gráficos, a través de un lanzamiento de campaña bastante criticado por la oposición, audio del spot y de la presentación del candidato y su acompañante, bajo el lema “Va a estar bueno Buenos Aires” en las radios más escuchadas.
 - Según especialistas del sector, la victoria del PRO se basó en que: “La elección la ganó quien planteó la discusión sobre lo local, su espacio se siente ‘contento’ porque ‘entendimos que ésta no era una elección nacional’, Macri acertó en su planteo cuando les habló a los vecinos. Los otros dos candidatos nacionalizaron la elección y eso reforzó la diferencia a favor del candidato de PRO”. (Lavagna, 2007)
 - “El casi millón de votos que obtuvo el PRO expresan, en primer lugar, un mensaje conservador, de conformidad de vastos sectores –predominantemente de las clases altas y medias porteñas– con el crecimiento económico del modelo del dólar alto”. (Romano, 2007)
 - Hubo un escándalo en su campaña al publicar en *Ámbito Financiero* en sus “Charlas de Quincho” sin dar demasiada información que el spot publicitario de la campaña electoral, dirigida por el consultor político, Ernesto Savaglio, tenía demasiadas similitudes con un spot europeo de “Play Station 3” (ver anexo).
 - A simple vista, se puede visualizar en las campañas que el punto fuerte es resaltar al candidato mostrándolo como un personaje político, al igual que su acompañante.
- En definitiva, se puede concluir que: los sujetos otorgan predominio a lo transmitido por la televisión en el recuerdo que construyen de la campaña, que perciben las diferencias de exposición mediática de los candidatos, que ello no necesariamente redundaba en una mayor imagen positiva de quiénes han tenido más presencia mediática y que reconocen a la campaña con la capacidad para producir cambios sobre su intención inicial de voto.

Cátedra: Diana Avellaneda

Publicidad con modelos afroamericanos

Julio Esteban Yapur
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

El trabajo presentado a continuación, pretende mostrar la temática afroamericana en el mundo de la publicidad como un elemento de análisis en cuanto a la cuestión racial y su desarrollo a lo largo del siglo XX y XXI. En el presente se quiere demostrar el avance cultural que se ha tenido desde el período de entreguerras, plagado de estereotipos y racismo, hasta el día de hoy. Incluso se piensa analizar la incorporación de nuevos estereotipos en la sociedad. Todo esto en el

marco de la publicidad, analizando tanto los avisos de gráfica como los audiovisuales de la actualidad, ya que éste es uno de los mejores medios que muestran directamente cómo era el imaginario social y el cotidiano vivir de estas personas en la sociedad.

Se toma como punto de análisis inicial la influencia norteamericana que, los países latinoamericanos y por ende Argentina, tienen en gran cantidad. Por otro lado, la globalización de las marcas más famosas transformadas en grandes empresas multinacionales ha hecho que las publicidades de dichas marcas estén en todos lados, reflejando e insertando los estereotipos estadounidenses en todo el mundo. Curiosamente, también se analiza el hecho de que aunque existe una minoría afroamericana en Argentina, no se ve reflejada y/o identificada en ningún anuncio publicitario actual.

Finalmente se realizó un estudio de campo de tipo encuesta, para identificar cuáles son los estereotipos actuales que un público objetivo reconoce con mayor facilidad.

En el trabajo de investigación se pueden observar datos interesantes sobre la aceptación de modelos afroamericanos en la sociedad consumista, así como lo que estos han representado en distintas épocas en los últimos 100 años.

Conclusión

Después de revisar los elementos de publicidad gráfica y audiovisual se pueden observar las siguientes conclusiones:

- Desde el período de entreguerras, la visión sobre modelos afroamericanos ha cambiado radicalmente, antes se los observaba: a) en un rol de servidumbre y esclavitud. Actualmente ese estereotipo ha sido vetado y no se usa más en la publicidad. b) La estrategia de utilizar su animalidad ha sido adaptada a la utilización de condición física superior, mayormente en las publicidades de ropa deportiva.
- Se ha incorporado una nueva estrategia de publicidad, utilizando la diversidad cultural para llegar nuevos *targets* publicitarios. Esta estrategia apunta a mostrar que todos los seres humanos son iguales.
- Estos cambios se han dado debido a que el imaginario social de nuestra sociedad actual ha cambiado, han nacido instituciones que defienden los derechos de las personas, por lo que el racismo es mal visto hoy en día.
- En cuanto a la mujer, en la publicidad actual se la utiliza como un elemento de sensualidad y exotismo. Ya no se la utiliza como sirvienta usando harapos, sino que se resalta su sensualidad y sus atractivos no comunes.
- A partir del cambio en el imaginario social, han surgido nuevos estereotipos en cuanto al uso de modelos afroamericanos en la publicidad: a) El de deportista superior (mayormente en *basket ball* y atletismo). b) El de cantante de hip hop, con ropas anchas, cadenas y dientes de oro.
- El cuarto estereotipo planteado en la hipótesis, el de ladrón y/o violento, no ha sido incorporado en la publicidad por su carga conceptual. Sin embargo es aplicado de manera más general en cinematografía.
- De cierta manera los hechos políticos tanto pasados como actuales, han llevado a una mayor aceptación de la comunidad afroamericana, lo que implica su incorporación en las publicidades.

Cátedra: Clara Beverini**La Guerra de Irak**

Paula Cabanillas

E-Design

Síntesis

El presente trabajo de investigación gira en torno a una problemática tan actual como importante. Se trata de la guerra de Irak, un conflicto que comenzó en 2003 y aún continúa.

Para investigar este tema, planteamos la siguiente hipótesis: "Los medios fallaron en la cobertura de la guerra de Irak". La cual intenta reflejar cuáles fueron las actitudes de los medios de comunicación frente a este conflicto.

Uno de los aspectos que analizamos en este trabajo es el fundamental rol que ocuparon –y aún ocupan– los medios en la guerra de Irak. A lo largo de la investigación pudimos comprobar que fueron numerosos los medios de comunicación que ocultaron información que resultaba tan relevante como urgente.

Con esta investigación, pudimos dar a conocer el hecho que los medios norteamericanos se tiñeron de patriotismo tras los atentados del 11 de septiembre, y que así, sus coberturas periodísticas se vieron atenuadas por el miedo generado por los atentados. Ser visto como antipatriotas era el mayor miedo.

Y así fue como la visión de la administración Bush fue reflejada de manera exacta en los medios de comunicación, que no se animaron a poner en duda o cuestionamiento las afirmaciones del gobierno.

Conclusión

El tema de la presente investigación gira en torno a la cobertura mediática de la guerra de Irak. La hipótesis conlleva una cierta carga de pensamiento subjetivo respecto del tema, ya que manifiesta una falla respecto a dicha cobertura.

Después de haber analizado diversos puntos acerca del tema de investigación, podemos afirmar la hipótesis planteada. Todos aquellos aspectos analizados nos llevaron a extraer las siguientes conclusiones acerca de los medios que nos llevan a afirmar que los medios fallaron en la cobertura de la Guerra de Irak.

A modo de ítems, plantearemos todas aquellas perspectivas que nos ayudaron a afirmar nuestra hipótesis:

- Los medios de comunicación ocultaron información relevante y urgente.
- No revelaron información sobre dudas acerca de las armas de destrucción masiva.
- Aquellos artículos periodísticos que ponían en duda ciertas afirmaciones de la administración Bush no llegaron a la tapa de los diarios.
- La cobertura mediática estuvo teñida de patriotismo.
- La guerra contra el terror planteada por la administración Bush influyó de manera directa en la cobertura.
- En muchas ocasiones, las fuentes de información no fueron correctamente chequeadas.
- En ciertos casos se utilizaron fuentes de información no confiables.
- Desde los principales medios de comunicación se repitió lo que la administración Bush declaraba, sin cuestionar ni poner en duda dichas afirmaciones.
- Las voces disidentes no llegaron a los principales medios.
- La cobertura norteamericana distó de la cobertura de otros

países, en la que pareció vivirse otra guerra, con otra información.

- La falta de información y recursos llevó a los periodistas a llevar los espacios con observaciones personales.

Cátedra: Marcelo Bianchi Bustos**Buenos Aires: la ciudad, su gente y sus costumbres**

Ana Carolina Solari

Comunicación Empresarial

Síntesis

El objetivo del siguiente trabajo de investigación consiste en descubrir los motivos que hacen que un café adquiera importancia como lugar físico, es decir qué es lo que provoca que dicho lugar genere una modificación en un individuo como para que éste adopte la costumbre de concurrir allí, ya sea solo o en compañía. Qué le significa tomar un café en una cafetería. Para ello se partirá de cuestiones referentes a la sociología de los individuos como la formación de la identidad y de los patrones que incluyen en dicho proceso. También se hará referencia a la utilización y distribución del tiempo libre.

Por último se expondrá cómo este tipo de modificación provocada en el individuo ha sido plasmada a través de distintos géneros como el tango y el cine.

Finalmente se arribará a una conclusión de acuerdo con el recorrido realizado a lo largo de la investigación.

Conclusión

Caminando por las veredas de Buenos Aires uno observa desde la vidriera a los concurrentes de los cafés, sin dejar pasar en la expresión de algunos de ellos. La mirada perdida, la pasión en una charla, la calma tras una lectura, o la simple espera son algunos de los sentimientos que se sientan en la mesa junto a la taza y la cuchara.

Sin embargo hay gente para la cual el café es mucho más que eso, es la búsqueda de complicidad con un amigo, es el recreo, el rato libre, es la reflexión, la invocación del recuerdo, entre otros.

En algunos casos el escenario se repite, y los protagonistas también, en otros el escenario es sólo una excusa para dar comienzo a ese ritual. El de la desconexión de la cotidianidad y la rutina, el de la separación de las obligaciones. En el café nadie está obligado a nada sino que es libre de hacer.

De acuerdo con las obras analizadas descubrimos que el café para algunos es el escenario de la vida, salvando las distancias. Y para otros es la excusa perfecta para practicar la amistad, la sociabilidad.

Ambas son válidas y no se puede dejar de notar que aunque esté allí y uno pase cientos de veces por la puerta el café, es un templo que no tiene derecho de admisión pero que modificará en mayor o menor medida a quién ingrese y se deje llevar por la magia del ritual de tomar un café.

Cátedra: Florencia Bustingorry**Relación entre el turismo y las personas con limitaciones funcionales**

Carla Martínez y Mariana Vigstain

Licenciatura en Hotelería y Licenciatura en Turismo

Síntesis

El presente trabajo sobre la relación que existe entre las personas con limitaciones funcionales y el turismo estudia, averigua y analiza la situación de personas discapacitadas al momento de realizar turismo; y busca informar cuál es su situación actual en dicha área.

El trabajo en sí nació como una simple inquietud... ¿hay turistas discapacitados? El sentido común nos decía que sí, pero prácticamente nunca estuvimos bien enterados sobre el tema. Y a partir de allí la inquietud disparó la primera –y fundamental– hipótesis de trabajo: ¿estaremos preparados, como centro turístico, para recibirlos? Los integrantes del equipo, se distribuyeron por zonas para efectuar las tareas de relevamiento. Varios de ellos ya estaban capacitados en técnicas de recolección de datos, y se completó la preparación necesaria del resto para cumplir esta tarea. Ese disparador inicial motorizó nuestra labor: comenzamos a diseñar un trabajo de investigación destinado a responder esa pregunta. Para ello, debimos indagar previamente buscando información sobre discapacidad y sobre actividades turísticas que incluyeran a las personas con capacidades restringidas (recién entonces conocimos la expresión “turismo accesible” y su significado). Por otro lado, y ante las dudas que iban surgiendo, comenzamos a recopilar y a analizar normas legales de diversa índole vinculadas al tema, sorprendiéndonos por el material que íbamos encontrando. Cuando comenzamos a aprender y conocer más profundamente sobre esta temática, decidimos indagar sobre la situación actual en otros ámbitos geográficos, empezando a descubrir cuánta gente en el país tenía preocupaciones similares a las nuestras, y como las iban solucionando.

Se utilizaron técnicas cualitativas (entrevistas). Respecto de los cuestionarios utilizados, se empleó un formulario base con 12 preguntas aplicado con pequeñas variantes individuales –agentes de viajes y personas con capacidades restringidas– respecto del agente de viajes y las otras personas utilizamos un cuestionario de 6 preguntas, dado que buscamos diferencias de opiniones e información. Y luego se realiza un breve análisis de dichas entrevistas, relacionándolas entre sí, y sacando conclusiones de las respuestas que estas personas nos brindaron. Bajo el lema que comenzó a representar ese espíritu humano, solidario y respetuoso, con el que desarrollamos este trabajo que humildemente presentamos, “la relación entre las personas con limitaciones funcionales y el turismo” sentimos que hemos contribuido a la concreción de un acto de justicia. Después de todo, la discapacidad es una condición potencial de la que nadie puede considerarse exento. Por ende, percibimos que nuestro trabajo es socialmente útil y que –además– puede aspirar a cambiar al menos una porción de nuestra realidad circundante, demostrando que “transformar el mundo” puede no ser una quimera ni una utopía, a veces los cambios pequeños pueden hacer la diferencia.

Conclusión

De acuerdo con las entrevistas realizadas, pudimos observar que existe una contradicción entre las agencias de viajes y los turistas.

De parte del sector turístico todo marcha en perfectas condiciones, pero tuvimos la posibilidad de obtener información de otra fuente, la más importante que es el turista, allí nos dimos cuenta de la realidad que están viviendo, no se cumplen las normas, ni se atienden a sus necesidades. Un claro ejemplo está en las entrevistas realizadas a Bayside Tours y Barceló

Viajes –Agencias de Viajes y Turismo– donde sus agentes afirmaban que todos cuentan con servicios y personal capacitado, desde rampas en los transportes, sillas de ruedas. Mientras que entrevistando al turista nos dimos cuenta de que no es realmente todo color de rosa. Andrés Yanuzzi nos cuenta: “sí, tengo conocidos que tienen problemas al viajar porque muchas empresas de colectivos y ómnibus no cuentan con las rampas adecuadas para las sillas de ruedas”. Ahí queda claramente un ejemplo de lo que está pasando, y si bien nos han aclarado que no todas las empresas van en contra de esta política, ya que muchas sí cuentan con dichas rampas o con personal adecuado, nos gustaría que tomen conciencia y puedan aplicar mejoras que faciliten la vida de mucha de esta gente, rompiendo las barreras físicas, comunicacionales y sociales. Consideramos que el Turismo Accesible es una buena forma de practicar turismo para todas aquellas personas que tengan alguna limitación ya que está orientado al turismo y la recreación que posibilita la plena integración de las personas con movilidad y/o comunicación reducidas, obteniendo la satisfacción del visitante, brindándole una buena calidad de vida y que su viaje sea realmente un viaje de placer.

Cátedra: Claudio Eiriz

Retórico en la pobreza

Painé Silva y Lauren Wille Arzabe

Licenciatura en Fotografía

Síntesis

El trabajo de investigación realizado por Lauren Wille Arzabe y Painé Silva se trata sobre la retórica de las imágenes del fotógrafo Gustavo Pirola, quien hizo una serie fotográfica fuera de lo común, ya que no muestra a los cartoneros tristes y sin vida, sino que los muestra sonrientes y posando para las cámaras. Para realizar dicho trabajo seguimos los pasos de investigación de Roberto Hernández Sampieri, elegimos el tema, planteamos el problema de investigación, elaboramos el marco teórico, definimos qué clase de investigación era, la cual era exploratoria, establecimos la hipótesis, seleccionamos la muestra, una vez que recolectamos los datos, los analizamos y presentamos la muestra.

En el marco teórico exponemos las fotos de Gustavo Pirola analizadas desde el punto de vista del cuadro sobre retórica que escribió Roberto Hernández Sampieri.

Conclusión

El motivo por el cual realizamos esta investigación es porque lamentablemente es la realidad de muchas personas en la ciudad de Buenos Aires. Sin embargo, lo que tratamos de hacer, fue darle un giro a la perspectiva por la cual siempre es vista. Y luego de haber analizado la serie fotográfica de Gustavo Pirola, concluimos en que el fotógrafo, quiso emitir en cada retrato, las personalidades de cada uno.

Pudimos comprobar que no es sólo tristeza, abandono y sufrimiento, si no que va mucho más allá de lo material. Aunque a los más chicos les golpee la madurez de muy pequeños y tengan que pensar y actuar como grandes, siguen siendo niños que quieren jugar, divertirse y tener amigos. Se ven muchos pequeños en las fotografías transmitiendo esa alegría, conformando grupos de amigos y fuertes lazos que los ayudan a sobrevivir día a día.

Las imágenes muestran positivismo, algo olvidado cuando se piensa en cartoneros. Esta actitud del resto, tiene que ver con el imaginario social que tenemos sobre la gente de clase muy baja.

Cada miembro de la sociedad demuestra en lo simbólico, en su lenguaje, y en sus acciones, los valores, apreciaciones, gustos e ideales que a lo largo de la vida va desarrollando según sus experiencias personales, sociales y culturales. Como lo explica Esther Díaz¹, las conductas sociales, en masa, o imaginario social, se pueden definir como “el efecto de una compleja red de relaciones entre discursos y prácticas sociales”².

Notas

1 Díaz, E. Doctora en Filosofía. Profesora de Filosofía de la Universidad de Buenos Aires, Argentina. Escritora de un gran número de libros.

2 Díaz, E. (1996). *La ciencia y el Imaginario social. ¿Qué es el imaginario social?* (pág.13). España: Biblos.

Cátedra: Ariel Feldman

Barbie, una revolucionaria de 20 cm.

Eliana Avila y Agostina Piva

Diseño textil y de Indumentaria

Síntesis

El siguiente trabajo práctico final, es el cierre de cursada de la materia Introducción a la Investigación, en el cual realizamos una investigación sobre la muñeca Barbie, para demostrar que no es sólo un simple juguete de niñas, sino que resultó una influencia de varias generaciones.

Además con esta búsqueda de información queremos mostrar cómo las generaciones han ido cambiando y si esto tiene que ver en los cambios que la muñeca Barbie ha sufrido o si tiene más peso la tecnología y los medios de comunicación en la sociedad.

Se puede observar que la muñeca ha ido cambiando según las generaciones, nació con un mensaje de liberación femenina, pero a través de los años sufre cambios relacionados con la imagen de preocupación estética y no intelectual como en sus principios, es por eso que trataremos de darle una respuesta a este cambio.

Conclusión

Barbie ha sido un referente para la infancia de las niñas, que siguió vigente hasta hoy, revolucionaria al principio, pero luego se fue adaptando al mundo para sobrevivir en el mercado, siempre líder en la industria.

Al ser líder, siempre se la criticó, y por eso generó tanta polémica por su figura de belleza estereotipada, un concepto nuevo para los primeros años que tuvo Barbie.

Por otra parte, es fácil echarle la culpa a una muñeca por el comportamiento de un crecimiento precoz, pero los verdaderos responsables son los padres por no tomar a su cargo la crianza o educación de la sus hijos.

En conclusión las etapas de vida tomaron diferentes mediciones. La niñez se acorta, y la adolescencia empieza antes y termina después, es decir que se alarga. Esto lleva a experimentar cosas antes de tiempo, pero no implica que las niñas sean más maduras, sino que son inconscientes en su manera.

Cátedra: Martín García Sastre

Influencia de la moda europea en la latinoamericana: ¿dominio y control?

Stephanie Bielli Erill, Jorge Pedalino y Nicole Rey

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

El trabajo que realizamos trata de la moda latinoamericana y de la europea, comprendida en la década del noventa. Primero se dará una definición del concepto en general, qué es la moda y cuál es su sociología, para luego elegir situarnos en Argentina y París como lugares que marcaron un antes y un después en el ambiente *fashion*. Se describirá el contexto histórico en el que ambas culturas se encontraban, y así adentrarnos en sus costumbres, religiones, políticas, vidas cotidianas y hechos que fueron importantes para esa época, que ayudaron a que ocurra un cambio, en este caso, en la moda. Además se darán a conocer características generales de la moda de cada uno de estos lugares citados anteriormente, conociendo cómo se vestían, cuál era la reacción de la sociedad al respecto y entendiendo más claramente cómo era la vida en aquellos tiempos.

Una vez introducida la información pertinente al tema en cuestión, se facilitarán comparaciones y relaciones entre Latinoamérica y Europa, para poder llegar a una conclusión final en la que podamos averiguar si hay o no influencia entre estos dos lugares.

Conclusión

• Conclusión de Stephanie Bielli Erill

Creo que las hipótesis que nosotros, como grupo, nos planteamos inicialmente, fueron correctas y aproximadas a lo que ahora ya con el trabajo terminado, puedo comparar y corroborar, respecto al tema elegido del trabajo: la moda Latinoamericana y la moda Europea, y lo que nos planteamos acerca de este tópico: ¿Hay influencia de Europa en Latinoamérica cuándo se habla de moda?

Todos alguna vez escuchamos hablar de la influencia nombrada líneas atrás, pero fue bueno profundizar más en el tema, y así verificarlo.

Entonces puede afirmarse que Argentina es un país interesante y con mucho potencial en cuanto a modelos, diseñadores y demás personas relacionadas a este ámbito, siendo así mirada por gente del exterior que cree en este país. Pero no se puede negar la influencia que el continente europeo ejerce (directa o indirectamente) en el resto del mundo.

• Conclusión de Jorge Gabriel Pedalino

Al finalizar este trabajo, saco mis propias conclusiones, me di cuenta de que no fueron tan erradas, como pensaba, desde los comienzos de esta investigación. Según mis conocimientos previos, la moda en Europa, especialmente en París, ha sido la más importante del mundo ya que se ve a esta bella ciudad como la capital de la moda. Con respecto a la moda en Argentina, pienso que mas allá que copie tendencias de Europa, siempre les da su toque personal a todas las prendas y accesorios, basándose en el folklore de nuestro querido país y amoldándose a los gustos de las personas que viven en él. Es por eso que debemos valorar más a los diseñadores locales ya que se merecen un lugar privilegiado en nuestro guardarropa y a la hora de las compras, pensar en ellos y en el esfuerzo y trabajo que hay detrás de cada prenda.

• **Conclusión de Nicole Rey.**

Argentina toma como referente la moda de Europa, adoptando un estereotipo de modelo y dentro de la creatividad y originalidad del diseñador lo convierte en un estilo argentino, que suele reflejarse en ella distintas épocas, culturas, colores. Dentro de mi punto de vista, explorar las tendencias europeas es un modo de meterme dentro del mundo del negocio, estudiando los movimientos del mercado y observando el mundo de las empresas.

Cine y Realidad Social: la droga en pantalla

Iván Brunello, Leandro Melon, Emiliano Rodríguez y Jhon Rubiano Lancheros

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

En las últimas décadas, el tema de la droga, originalmente tabú, se ha vuelto más común y se ha adentrado en el cine con un ritmo creciente. La mayoría de las películas que tocan este tema, muestran una intención, ya sea un aspecto primordial o secundario, de transmitir un mensaje moral. Sin embargo, en las sociedades de hoy en día, no parece haber una toma de conciencia real sobre este tema. Tanto es así, que no sólo no ha disminuido el consumo, sino que pareciera aumentar, o bien hacerse más presente.

Si bien no sólo depende del cine concientizar a la población de los problemas respecto al uso de drogas, claramente este aspecto del “séptimo arte” no está funcionando, o bien no tiene intención de funcionar. Siendo en mayor parte un negocio, no es raro que se pretenda más que nada atrapar al espectador con lo que sucede en el contexto que envuelve al tema droga. El problema se presenta en que esto puede tener un efecto distinto al esperado en el espectador, quien no necesariamente toma conciencia, y de hecho a veces todo lo contrario, y es así como la intención moralizante pasaría a ser solo una excusa políticamente correcta.

En esta investigación pretendemos analizar el efecto que este tipo de películas tiene sobre la sociedad, referido a si son un elemento importante en la concientización del público, o no. Además pretendemos hacer la distinción si éstas tienden a ser realistas, o bien mayormente se valen de exageraciones (escenas sobrecargadas de acción, delirios de los personajes), bajo la excusa artística, para entretener y vender.

Si bien el tema de la droga en el cine no es un tema muy analizado en libros, es un tema de debate bastante importante en otros ámbitos, como la Web. En ésta encontramos muchas opiniones diferentes y en conflicto. Es por eso que esta investigación es una buena oportunidad para nosotros de aprovechar tanta información, y proponer algo relevante y nuevo.

Además, esta investigación se propone ser diferente a través del análisis a fondo de ejemplos de películas, de distintas culturas, para demostrar nuestra hipótesis (aún no planteada en esta etapa) a través de ellos.

Nuestro trabajo es viable debido a que existen muchas fuentes de debate y puntos de discusión, además del gran número de películas disponibles en el mercado local que se relacionan con este tema.

Conclusión

En cuanto a la relación entre drogas y cine la opinión predominante es que si la primera está representada por el segundo

de cierta manera la droga tendrá una connotación negativa, y si es representada de otra, positiva. Al fin y al cabo depende de lo que se desee mostrar y del mensaje que se quiera transmitir, o dado el caso tener una posición neutra sobre el tema sin necesidad de comunicar un punto de vista. En cuanto al realismo la cinematografía por definición es un arte que construye ficción, por lo tanto por más realista que busque ser un película nunca podrá lograr salir del campo de la representación, de la ilusión de lo real. Respecto al impacto que tiene la droga representada en el cine en la mente del espectador, es decir si tiene influencia para bien o para mal, si ayuda a tomar conciencia o no, es totalmente relativo, depende de aquello que esté representado en una película, y sobre todo, del nivel de crítica que posee el espectador.

La Ley de Radiodifusión, ¿para el pueblo o para el gobierno?

Francisco Casavilla, Jonathan Coletta, José Rodríguez y Christian Yamao

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

En el año 2008, en medio de una incierta presidencia de la señora Cristina Fernández de Kirchner, la presidenta junto a su equipo encararon un proyecto para reformular la Ley de Radiodifusión.

Si bien es cierto que la ley necesita un cambio luego de casi 30 años de dictada, los comentarios de los medios no son positivos y eso nos lleva a realizar una investigación a fondo, para poder reconocer si la ley realmente responde a las problemáticas que encontramos hoy en día en relación a la televisión argentina.

La mayoría de los cambios que hemos hallado son realmente irrelevantes, al punto de que se debaten y modifican cosas que en la realidad actual no son un problema sino que pasan desapercibidos, o bien no son cosas importantes a modificar hoy en día, habiendo tantos problemas muchísimo más graves, como por ejemplo la regulación de contenidos que debería ser muy rígida y sin permitir filtraciones.

Sin embargo, hay algo en particular, lo más criticado por los medios, que es muy polémico y hace referencia directa hacia el interés de los Kirchner de utilizar la ley de radiodifusión para manipular la información. Con el éxito de este proyecto de ley, su principal grupo opositor, el Grupo Clarín, debe deshacerse de sus canales de televisión, perdiendo una fuerte fuente de ingresos y de información opositora. El pueblo se queda con menos medios opositores, y con más medios oficialistas y/o coimeados por el gobierno.

Hemos obtenido una conclusión, mediante esta rigurosa investigación, a nuestra pregunta: la Ley de Radiodifusión, ¿para el pueblo o para el gobierno? Para el gobierno.

Conclusión

Al iniciar este trabajo, poco entendíamos por Ley de Radiodifusión. La hipótesis en la que quisimos indagar, ya plantea una profundidad importante en el tema de dicha ley. ¿Es su modificación buscada para beneficiar al gobierno o al pueblo? Tras buscar datos en diversas fuentes y entrevistar personas que conocen los medios de comunicación en primera persona, tuve una visión mucho más clara, mucho más definida de la duda que habíamos empezado a palpar al establecer nues-

tra hipótesis. Todos los integrantes del grupo nos encontramos de la misma manera, habiendo concluido que la reforma de esta ley, está buscando el beneficio del gobierno.

Desde el comienzo del trabajo tenía ya una leve convicción que el gobierno era quien saldría beneficiado de esto. Pero a medida que avanzamos en el trabajo, hemos encontrado muchas “pruebas”, mucha evidencia que muestra que sin duda se buscaba beneficiar al gobierno. Mi opinión inicial se mantuvo, pero fue fuertemente reforzada por la búsqueda que hicimos. En conclusión, me pareció interesante tomar un tema que combina lo que estamos estudiando, los medios y la comunicación, con algo tan complejo como la política. Más allá de los diversos puntos de vista, y distintas posturas que se presentan en este tópico, mi postura queda en que la reforma a la Ley de Radiodifusión beneficiaría más al gobierno que a las masas, y me parece que hemos logrado demostrar esta realidad, de una manera clara y entendible en nuestro trabajo.

Cátedra: Nicolás García Recoaro

Manejo de desechos en hoteles de 4 y 5 estrellas

Juan Camilo Benedetti, Sebastián Caicedo y Alberto Lara,
Licenciatura en Hotelería

Síntesis

Durante el desarrollo de este trabajo pretendemos analizar diferentes factores relacionados con el manejo de desechos que efectúan los hoteles de 4 y 5 estrellas del barrio de Puerto Madero. Teniendo en cuenta la problemática existente en Capital Federal con respecto a la administración de los desechos, hemos constatado la existencia de normas y programas, que han sido diseñados por los entes gubernamentales, municipales y la comunidad en general, estandarizando la administración de los residuos sólidos, con el objetivo de minimizar el riesgo de contaminación ambiental generando un impacto positivo sobre el medio ambiente y su posterior beneficio social.

Dentro de este contexto nos hemos dado la tarea de recoger, observar y analizar información, que nos permitirá constatar el cumplimiento o no por parte de los hoteles de los programas y normas existentes, además del tipo de manejo y control que ejercen dichos emprendimientos en cuanto al buen uso de sus desechos, y la contribución que brindan a la conservación del medio ambiente.

Con el fin de optimizar nuestra investigación, recurrimos a visitar hoteles y entrevistar personas activas en la industria de la Hotelería, que nos facilitaron información y nos aclararon el panorama con respecto a la problemática existente.

En nuestra pesquisa hemos encontrado que cada jurisdicción tiene su propia lista de categorización de desechos, y para la administración de los residuos se han determinado ciertas leyes por parte del Estado, que contribuyen con un mejor control, para generar un ambiente salubre para los visitantes y residentes del barrio de Puerto Madero.

Conclusión

El trabajo de investigación que hemos desarrollado ha intentado desentrañar cuál es el manejo que realizan con sus desechos, los hoteles del barrio de Puerto Madero, de la ciudad de Buenos Aires.

Creemos que la investigación, por su carácter exploratorio, puede servir como futuro aporte a nuevas investigaciones

que tengan como objeto de investigación al manejo de los residuos por parte de las empresas hoteleras. Y también puede servir para concientizar a los hoteleros de la ciudad, para que tengan en cuenta la importancia de reciclar los desechos.

La gestión integrada de residuos sólidos abarca a un conjunto articulado e interrelacionado de acciones normativas, operacionales, financieras, de planeamiento, administrativas, sociales, educativas, de monitoreo, supervisión y evaluación para la administración de los residuos, desde su generación hasta su disposición final, a fin de obtener beneficios ambientales, la optimización económica de su administración y su aceptación social, respondiendo a la necesidades y circunstancias de cada localidad y región.

Una de las mejores opciones que mejoraría el reciclaje, sería un incentivo, rebajando en general, el precio del recibo urbano de recogida de basuras; un buen gesto, sin duda por parte de las administraciones locales, pero que tiene su justificación, ya que parte de esta rebaja se compensaría con la cantidad que reciben directamente de las industrias de reciclamiento. Más allá de las normativas vigentes, que se ponen en práctica en los hoteles del barrio, las cadenas hoteleras deben implementar y recomendar nuevos aportes a dichas legislaciones. La normatividad establecida es clara, concisa y objetiva, pensada en el beneficio de los ciudadanos y del mejoramiento de la calidad de vida de los mismos, lastimosamente los propósitos finales de la ley 1854 de 2005 no se han cumplido en su totalidad, por la falta de dinamismo en la concientización ciudadana por parte de los entes estatales.

Con el reciclaje podemos ahorrar energía y además evitamos la contaminación. Por ejemplo el papel, si en vez de tirar un papel en cualquier lugar, lo tiramos en un recipiente de reciclar papel para volver a ser utilizado. ¿No es mejor? No cuesta ningún trabajo. Así que debemos tomar conciencia y reciclar por el bien de todos y de la ciudad.

Cátedra: Fernanda Guerra

El renacimiento y la transformación del traje

Macarena Perón Sobero

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Debido a distintos factores, tanto económicos, como religiosos y filosóficos, en el siglo XIV en Italia nació el Renacimiento, generando un cambio abrupto en la mentalidad del hombre y en la estructura de una sociedad feudal donde la iglesia concentraba el poder. Ya que el objetivo del hombre medieval era ganar la vida eterna, desplazando al teocentrismo, surge en este período el humanismo, reconociendo el valor del hombre por sí mismo, por su mente y la vida terrenal. La sociedad dominada por la política, el comercio, las artes y las ciencias.

La transformación en el traje y la indumentaria bajo un nuevo concepto, el de moda, surgen como herramientas para la demostración del cambio en la mente humana. La búsqueda de su identidad e independencia como ser único y valorado se traducía en sus vestimentas que caracterizaban esta nueva sociedad dominada por la política, el comercio, las artes y la ciencia.

Conclusión

El Renacimiento caracterizó un cambio radical en el hombre de la Edad Media y la evolución espiritual y mental de ese

individuo fue la base de la sociedad de la actualidad. La indumentaria fue el mejor vehículo para expandir las nuevas creencias y valores. El contexto y la moda siempre van unidos, son cómplices, ya que esta última es el reflejo de la opinión general de la sociedad, del imaginario social de la época.

Cátedra: Alicia Laszlo Holland

Indumentaria relacionada con la religión judía

Valeria Tsutsumi

Diseño Industrial

Síntesis

En pocas palabras este trabajo es el seguimiento de otros varios previos, sumado a los ejercicios que me prepararon durante toda la cursada y el trabajo en clase. Se llevó a cabo primero una elección del tema a desarrollar de forma general para luego especificar aun más en un eje principal. El proyecto trata más que nada sobre la indumentaria relacionado con la religión judía y su estudio sobre la repercusión que tiene aquí en la Argentina. Se tomaron en cuenta datos en Internet, bibliografías y por supuesto, las imágenes fueron de gran valor. Trabajé tanto el aspecto académico en cuanto a la redacción de la información como en el plano social, religioso y cultural de la misma, siempre ligándola con la temática de indumentaria. Es un trabajo completo y de información veraz y útil a todo aquel que quiera conocer otra perspectiva de la indumentaria en ciertos grupos sociales como, en este caso, la comunidad judía.

Conclusión

Para finalizar con este proyecto, en pocas palabras puedo afirmar que las creencias religiosas forman parte importante dentro de la sociedad, como ya bien es sabido y descubrí una relación íntima con la carrera que estoy estudiando, Diseño de Indumentaria. Dos problemáticas que al principio parecían no tener conexión alguna terminaron ligadas y relacionadas al ambiente en el cual me desarrollo y ejerzo mis actividades, Argentina. A su vez creo que la moda puede ser una gran alternativa para demostrar la cultura israelita, como su religión y gente y más aun, no sólo del credo judío sino también de otras como la islámica, católica, entre otras. No sólo hay que limitarse al estudiar libros sagrados o citas bíblicas, sino también el entorno, los grupos relacionados a ella, noticias entre otras fuentes.

La humanidad está repleta de pensamientos que desean ser transmitidos y creo que en la Argentina en particular, se refleja de forma inmediata en el comportamiento de su sociedad.

Cátedra: Andrea Lobos

Polímeros contaminantes y plásticos biodegradables

Javier Sanromán y Marcos Tacón

Diseño Industrial

Síntesis

En el trabajo se analiza tanto el ciclo en general de la materia en el planeta Tierra, como también los daños producidos por los polímeros sintéticos obtenidos a partir de hidrocarburos en las diferentes etapas de dicho ciclo. Para esto, mostramos sus características y propiedades internas y externas,

para de esta forma explicar cómo y por qué se produce el daño, y también comparar ante otros materiales similares, tal vez prácticamente iguales en cuanto a desarrollo, evolución y rendimiento, pero que directamente no contaminan el medio ambiente en ninguna etapa de su ciclo o sólo en una de ellas como máximo, a diferencia de los polímeros sintéticos, que lo hacen generalmente en tres de las etapas o más.

Otro enfoque dado, es para abarcar la relación de los materiales con la sociedad y justificar práctica, productiva, y económicamente su uso ante otros tipos iguales o similares pero con distinta procedencia.

Conclusión

• Conclusión de Javier Sanromán

En esta investigación se ha explicado muy brevemente el ciclo de la tierra donde pudimos observar y tal vez comprender que todo lo que usamos en nuestros productos de consumo provienen de alguna u otra manera de la tierra y ya sea en pocos días y por microorganismos, o cientos de años por el trabajo del oxígeno a nivel molecular rompiendo enlaces y liberando átomos el material para regresar a la tierra otra vez, ya que la tierra exige lo que es de ella.

Pero en nuestro entendimiento queda reconocer qué es lo que le hace bien y mal a nuestro medio ambiente, al lugar donde se desarrolla toda vida y que sin la vida de los demás organismos y sin las condiciones como las que tenemos hoy no podríamos sobrevivir.

El daño hecho es irreversible, nuestro sistema económico no apoya el desarrollo sustentable, podría decirse que difícilmente van juntos, nuestros hábitos de consumo exigen una mayor producción de objetos y así una mayor extracción de recursos, por consiguiente una mayor emisión de CO₂ y otros gases de invernadero. No es suficiente con las ganas de muchos de reciclar si al final las grandes cantidades de estos desechos no se reciclan porque a las empresas no les conviene y nuestros gobernantes aún no toman en serio el papel que deberían tener, de representar los intereses de la mayoría, el bien de la sociedad y el desarrollo sustentable para hacer de esta tierra un mejor lugar para vivir como regalo a las futuras generaciones. La tecnología la tenemos, el daño esta hecho, ¿acaso no podemos cambiar para bien?

• Conclusión de Marcos Tacón

Durante la elaboración de este trabajo de investigación, pudimos detectar aspectos sobre la utilización de ciertos materiales que no estaban justificados desde el punto de vista ecológico, práctico ni natural. Pero al adentrarnos en el tema, nos dimos cuenta de que la única ventaja, y la más importante para las sociedades actuales, era el costo de producción. Podemos resumir entonces, que aún sabiendo el daño que se causa a nuestro planeta y a sus capas, se realizan actividades destructivas de forma masiva simplemente por el hecho de que es "más barato" en el aspecto económico y en la adquisición inmediata. Pero a la vez, descubrimos que a medio y largo plazo, el precio que todos pagamos por el uso y producción de ciertos materiales, es altísimo, mucho más que el precio "barato" que pagamos al adquirir un producto contaminante. Entonces, además de la falta de determinación de cada habitante, que pudiendo adquirir materiales ecológicos no contaminantes que se encuentran fácilmente en el mercado, adquiere otros que contaminan y dañan la tierra y contaminan el medio ambiente, no existe compromiso alguno de las autoridades, en algunos casos por desconocimiento e ignorancia,

y en otros casos por conveniencia. Este último mencionando a los países tercermundistas, que no acatando las consecuencias, se empeñan en producir la mayor cantidad posible para los países consumistas de primer nivel económico; los cuales, al no producir y adquirir, implementan políticas proteccionistas para proteger nuestro medio ambiente.

Creo que la solución es una educación ciudadana ecológica duradera, para que no todo quede en manos de las autoridades, que probablemente no hagan nada al respecto, pero se verían obligados en el caso de que nosotros tomando conciencia ecológica, dejáramos de consumir y usar materiales contaminantes.

Cátedra: Ernesto López

Propagandas gráficas durante la Guerra de las Islas Malvinas

Guadalupe de la Plaza y Fiorella Mattei
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

El tema desarrollado es: las propagandas gráficas durante la Guerra de las Islas Malvinas, ocurrida en 1982.

Este trabajo se basará principalmente en el análisis de los medios de comunicación antes, durante y después del conflicto de Malvinas. Se tratará de argumentar sobre la censura y la falta de información de la realidad que se estaba viviendo en ese momento, y cómo se dio un manejo sistemático de los medios de comunicación por parte del gobierno militar, para conseguir una influencia favorable sobre la opinión pública. Nos basaremos en documentos reales de la época e información bibliográfica y analizaremos piezas propagandísticas de la época.

Conclusión

- Conclusión de Guadalupe de la Plaza

Haber realizado este trabajo fue muy importante para mí ya que pude investigar sobre un tema al cual nunca le había dado mucha importancia.

Aprendí mucho sobre la historia y la publicidad en ese momento, tanto comercial como de promoción.

También me pude formar ya que pocas veces tuve la oportunidad de realizar entrevistas y fue algo nuevo que me ayudó a instruirme e implementar los métodos estudiados.

- Conclusión de Fiorella Mattei

El tema que desarrollamos, me interesó bastante ya que desde el principio en que se propuso como tema posible a tratar: la Guerra de Islas Malvinas, pensé en que estaría muy bueno encontrar las propagandas de esa época para ver cómo eran, qué sentido tenía para los emisores y los receptores, y cuáles medios eran los más utilizados.

Creo que el camino de investigación que realicé fue benefactor, porque a medida que buscaba información sobre el tema encontraba artículos, comentarios e imágenes que hacían más entretenida la búsqueda.

Luego de haber analizado la monografía pude deducir, que muchos de los medios se vieron involucrados en las mentiras que el oficialismo de entonces obligaba a comunicar.

Respecto de las piezas propagandísticas, me llamaron la atención muchas de ellas por el alto grado de creatividad e imaginación y la maldad exagerada que se puede ver claramente.

Con mis compañeras tuve un buen diálogo y una muy buena

organización para presentar cada uno de los trabajos prácticos que constituyeron finalmente esta monografía.

Cátedra: Fernando Martínez

Tribus urbanas que sobreviven al paso del tiempo: la vestimenta de los heavies

Natalia Detzel, Valentina Gall y Verónica Schweigmann
Vestuario

Síntesis

El tema abordado fue la influencia de la música Heavy Metal en la vestimenta de los jóvenes pertenecientes a esta tribu.

La moda habla mucho, de esta forma vamos a poder sumergirnos y comprender ciertas actitudes y comportamientos que llevan a los *heavies* a vestir de una u otra manera. Para ello decidimos realizar esta investigación en diferentes puntos de Capital Federal y alrededores: Quilmes, Vicente López y San Isidro.

El rango de edad escogido fue de 18 a 25 años. Por otro lado, la entrevista y la observación fueron los métodos utilizados para adentrarnos en esta tribu.

Se abordó desde un enfoque antropológico y sin dejar de lado los aspectos psicológicos que hacen que los jóvenes se dejen influenciar por este tipo de música.

Los autores de mayor influencia a lo largo de esta investigación fueron Pere - Oriol, Margulis y Dogma. Estos manejaban conceptos tales como: tribu urbana, vestimenta de los *heavies*, psicología de los jóvenes, estilo de vida, entre otros.

Conclusión

Lejos de los *emos*, *floggers*, *cumbieros*, *skaters*, *punks*, *hippies* y los góticos; el pelo largo, las camperas de cuero y las cadenas siguen tomando fuerza. El "Heavy Metal" ha logrado sobrevivir al paso del tiempo y sobretodo, a la moda.

Se cree que un típico *heavy* es el que viste prendas y accesorios oscuros y pesados como pantalones de cuero ajustados o jeans chupines, chaquetas de cuero, indumentaria de color negro, zapatillas, botas de motociclistas o militares. Otra característica muy importante es llevar el pelo largo y batido, además de barba. Por último, no nos podemos olvidar de los tatuajes. Aunque uno no vista como un típico *heavy*, lo importante es saber acerca del estilo musical. A partir de ahí, es cuando se los ve como verdaderos "Heavy Metal". La vestimenta es un rasgo que los distingue fácilmente, pero la vestimenta sin el conocimiento musical queda sin valor, queda vacía.

Esto es lo que pudimos observar por medio de las entrevistas realizadas, pues muchos de los pertenecientes a esta tribu aseguran que no es obligatorio vestir de una forma determinada para pertenecer a ella.

A partir de nuestras conclusiones, pudimos descubrir que aunque los músicos y sus bandas son de gran influencia en los seguidores, no siempre éstos los imitan de forma directa. Efectivamente se los tiene en cuenta, pero su forma de vestir está determinada por herencia, más que por imitación de una banda o un músico.

Los jóvenes afirman que para ser un "*heavy* posta", también se debe adoptar una actitud y una postura en cuanto a su vida cotidiana. Desde los lugares que frecuentan, hasta con qué tipo de personas se relacionan. Este estilo es más un estilo de vida, que una simple tribu o un género musical.

Pudimos darnos cuenta con las entrevistas realizadas que la mayoría de los *heavies* son personas que les gusta vestir de la manera propia del estilo. Sin embargo, no son personas que discriminarían ni rechazarían a un individuo que también escucha esta música pero no utilizar la vestimenta característica. Con esta afirmación podemos concluir que los *heavies* son personas comunes y corrientes. En cuanto a la música, no son tan estrictos ni “duros” para aceptar otras personalidades y otros estilos. Podríamos decir que para esta tribu urbana lo que importa es la música. Es su rasgo principal y más característico.

Pero esta tribu urbana está compuesta también por algunos individuos que no aceptan a un *heavy* que no esté vestido de la manera característica. Pero nos hacen entender que estas personas que no son “aceptadas”, no se sienten discriminadas porque ellos simplemente buscan estar con gente con quien hablar de la música *heavy* y compartir el mismo sentimiento por ella. Ellos hacen sus propias reglas sin importar lo exterior, nunca se sentirán influenciados por una opinión de otra persona acerca de su estética personal.

De esta manera, entendemos que los *Heavy Metals* de ley (aquellos que escuchan la música y visten de esta forma) no los marginan. Pueden hablar con ellos de la música y todo lo que ello implica, pero no lo consideran como *Heavy Metals*.

Además nos dimos cuenta que muchos que solían pertenecer al Heavy Metal *full time* ya no pueden seguir con ese ritmo de vida debido a sus trabajos o actividades diarias. Sin embargo, vemos que cada tanto se la rebuscan para encontrar un momento en la rutina para conectarse con el tan amado “Heavy Metal”. Creemos que para la vida del *heavy* es infaltable la música, es algo que necesitan totalmente y es algo que jamás se les va a poder quitar porque quien alguna vez perteneció a esta tribu en un 100% y se aferró a ese tipo de música nunca va a dejar de gustarle. Siempre van a necesitar una pequeña dosis de ella, por más esporádica que esa sea. Ya que ellos sienten que la música es una necesidad fundamental de sus vidas.

Existen también, los afortunados que pueden llevar este estilo de vida tranquilamente, pero son los menos. Ellos pueden escuchar la música en la semana pero los fines de semana se permiten vestir a lo *heavy* y tener la diversión poco ortodoxa que esto implica como ya lo hemos mencionado a lo largo de nuestra investigación.

Otro rasgo importante para destacar de esta tribu urbana son los lugares y costumbres que ellos tienen. Los recitales y los bares donde sólo pasan rock, son los lugares más frecuentados de los *Heavy Metals*. No concurren a lugares donde la música sea de “gusto general” y le gusta rodearse de “su gente”, personas que tengan el mismo estilo de vida que ellos o, simplemente, que los apasione este género musical. Las entrevistas revelaron que a medida que el tiempo transcurre y los *heavies* van creciendo, van dejando de lado algunos aspectos o les dan menor importancia. Un claro ejemplo es el caso de la vestimenta. Con el paso del tiempo los *heavies* van transformando su look debido a circunstancias de la vida, pero ello no implica que los mismos se sientan excluidos. La conclusión que pudimos sacar es que el atuendo sólo significa un rasgo característico para una cierta edad, a medida que crecen se vuelve inevitable el conocimiento de la música y la continua actualización.

En cuanto a la música y los medios por los cuales ellos obtienen la misma, podemos concluir que la fuente de mayor concurrencia hoy en día es Internet. Todos los entrevistados

aseguraron utilizar este medio masivo para bajar CD, DVD o temas sueltos de bandas que admiran. En los tiempos que corren, los CD originales se han dejado de lado debido a la situación económica en la que muchos de los jóvenes se encuentran. Ya que el precio de los mismos es muy alto, y la diferencia con Internet es abismal, dado que en Internet se consiguen gratis. Sin embargo, en personas de mayor edad (23 a 25), el hecho de comprar un CD original es un ritual, un gusto que ellos mismos se dan en algunas oportunidades y lo hacen con placer, ya que piensan que éstos tienen un valor especial y le dan mayor importancia a los mismos.

Debido a las observaciones y las entrevistas realizadas, como conclusión general de esta tribu podemos decir que no siempre es necesario utilizar un atuendo característico para esta tribu.

Cátedra: Zulema Marzorati

Viendo en blanco y negro

Mario Lerma, Marina Merluzzi y otros

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

Argentina ha pasado por una serie de gobiernos autoritarios a lo largo de su historia. El más recordado y duro fue el del último proceso militar (1976-1983) que utilizó un método sistemático de persecución, censura, secuestros y torturas y es al que se refiere *Kamchatka*.

El historiador Marc Ferro considera al cine como fuente y agente de la historia. Sobre *Kamchatka*, (filmada en el 2002) quizás podríamos decir que su director intenta hablar de lo que está pasando en ese tiempo; quizás intentaba hablar de los derechos que se estaban violando en ese período en que se estaba saliendo de la crisis de 2001 y los derechos humanos se empezaban a hacer más visibles, quizás lo que intenta decir Marcelo Piñeyro es que bajo dos distintos tipos de gobiernos se violaron de distintas maneras los derechos de los ciudadanos.

Conclusión

Mi proyecto de investigación se basa en el análisis del film *Kamchatka* (Piñeyro, 2002) que trata fundamentalmente de la historia de una familia que debe esconderse de su propio gobierno en la Argentina de los 70. En cuánto a mi hipótesis no es posible aseverar que las futuras generaciones tomarán diferentes decisiones de las actuales o de las anteriores; es una hipótesis muy difícil de probar por lo que supongo que los interrogantes quedarán pendientes.

De todas formas las representaciones y metáforas del film nos recuerdan una época, a la que supongo nadie querría volver, por lo que tengo entonces ciertas esperanzas a partir de la suposición de que el ser humano posee memoria.

Cátedra: Beatriz Matteo

Rediseño del catálogo de BAFICI

Diego Gonzáles Pino

Licenciatura en Dirección de Arte Publicitario

Síntesis

El curso de Introducción a la Investigación me ha permitido reforzar conocimientos que ya había adquirido; no obstante,

al profundizar en ellos, se convirtieron rápidamente en una herramienta esencial durante toda la cursada, puesto que su aplicación se tornó universal, permitiéndome desarrollar trabajos acordes a las exigencias universitarias.

Asimismo, el proyecto realizado como parte de la materia, podría ser considerado una excelente práctica que englobó distintas disciplinas, tales como la investigación, el diseño y la oratoria, puesto que cada uno debió desenvolverse en cada una de estas, adquiriendo técnicas que acompañarán nuestro aprendizaje a lo largo de la carrera.

Todo esto no hubiese sido posible sin la destacable organización de la materia, puesto que la amplia variedad de la bibliografía, así como la adecuada asignación de los trabajos prácticos, permiten no sólo la adquisición de conocimientos, sino la aplicación de los mismos.

En conclusión, el desarrollo de esta materia me ha demostrado su importancia para nuestra formación, no sólo como estudiantes, sino también como individuos. Felicito su inclusión en el plan de estudios de cada carrera, puesto que el campo laboral actual busca verdaderos investigadores, con la capacidad de aplicar sus conocimientos para la innovación de los mismos.

Conclusión

Durante los últimos 11 años, el Ministerio de Cultura del Gobierno de la Ciudad ha venido organizando el Buenos Aires Festival de Cine Independiente. Además de impulsar la cinematografía nacional, BAFICI ha creado una cultura de cine en el público, quien año tras año espera deleitarse con la exquisita variedad de las cintas proyectadas.

La presente investigación ha tenido como fin el re-diseño del catálogo del BAFICI. A partir de un relevamiento visual de las piezas existentes (guía de programación y catálogo) entregadas en la última edición del festival, arribamos a la conclusión de que, si bien se mostraban útiles a los fines prácticos, adolecían del espíritu inherente al concepto cine independiente. Por ello nuestra propuesta se basó en la fusión de las mejores características tanto de la guía como del catálogo, además de reflejar en su diseño la esencia del concepto del evento.

Tras un arduo trabajo conjunto se realizó un nuevo catálogo, el cual posee la información básica y necesaria para el público asistente. Asimismo, si bien la cromática del diseño varió mínimamente, en el nuevo diseño se hizo particular hincapié en la retórica de significado, creando una imagen más coherente con lo que BAFICI promueve y acorde al significado de cine independiente.

Cátedra: Juliana Mirabelli

La evaluación publicitaria de una empresa

Stephanie Calderón, Ignacio Ciccario, Juliana Granados, Andrea Martínez, Ximena Puccio, Victoria Vargas y Sofía Yacuzio
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

El siguiente trabajo trata sobre la evolución publicitaria de la empresa multinacional Coca-Cola, desde sus inicios hasta la actualidad en Argentina. Para llevar a cabo la investigación se utilizaron diferentes herramientas como encuestas, entrevistas, y se consultaron distintas fuentes de información que fueron la base para lograr los objetivos planteados, los cuales permitieron comprobar que Coca-Cola es una empresa que a través de

los años se ha caracterizado por una publicidad innovadora que la ha posicionado como líder en el mercado. Sus publicidades siempre se han enfocado en tratar de prevalecer los valores morales y sobre todo la unión familiar, y de este modo, vender además de sus productos su imagen corporativa.

A partir de 1890 surgió su principal competidor, Pepsi que a diferencia de Coca-Cola, se ha caracterizado por enfocar su publicidad hacia los más jóvenes, utilizando líderes de opinión que influyen directamente en las decisiones de compra del consumidor. A pesar de esto Coca-Cola sigue siendo la marca predilecta por los clientes ya que está dirigida a todo tipo de consumidor, desde los más chicos hasta los más grandes.

Con la ayuda de las encuestas realizadas a 70 consumidores se pudo comprobar que tanto hombres como mujeres de todas las edades prefieren consumir productos Coca-Cola ya que la consideran líder en el mercado, debido a sus excelentes campañas publicitarias que cada año son más innovadoras y han sabido adaptarse a las diferentes épocas, culturas y sucesos que se presentan en el mundo a nivel mundial. Siendo así un patrocinador de los eventos internacionales más importantes como el mundial de fútbol, los juegos olímpicos y promotor de miles de campañas publicitarias que año tras año, recorren el mundo dejando la satisfacción y la certeza en los consumidores de que Coca-Cola siempre estará presente en todos los buenos momentos de la vida de cada uno.

Conclusión

• Conclusión de Ignacio Ciccario

En conclusión, este trabajo resultó muy práctico para entender la importancia de la publicidad sobre una empresa. Nos dimos cuenta que es muy importante tener una base de datos para realizar una investigación para luego mantener un orden de información. En cuanto al orden, nos simplificó el trabajo seguir las pautas ya que hicimos hincapié en cada una de ellas: marco teórico, objetivos, guías de análisis, observaciones.

En fin, nos sirvió mucho realizar esta investigación ya que adquirimos a nuestro conocimiento los puntos para hacer un trabajo de este tipo.

• Conclusión de Ximena Puccio

Para poder analizar correctamente nuestros objetivos iniciales y poder lograr corroborar la hipótesis. Se trabajó en profundidad el tema de las características de la publicidad a través de los años de nuestra empresa elegida: Coca-Cola. Para esto se realizó inicialmente una encuesta a los consumidores para poder informarnos acerca de cómo la publicidad de este producto ayuda a que se incrementen las ventas se logre el posicionamiento deseado. Como este trabajo le llevó a la empresa muchos años de trabajo intenso realizamos una guía de observaciones acerca de los anuncios televisivos y gráficos de Coca-Cola a través de los años lo que nos permitió elaborar conclusiones por categorías y décadas y darnos cuenta que la empresa utiliza diferentes elementos para poder informar y persuadir con su mayor mensaje; vincular al producto con la familia la unión y la alegría. En las publicidades gráficas en un principio apuntaba a informar acerca de las características intrínsecas del producto, pero a lo largo de los años, una vez que el producto se mantuvo establecido, utilizaron la técnica de realizar publicidades retentivas, ya que como la marca se encuentra tan establecida en el mercado lo único que tiene que hacer es recordarle al público que aún existe.

• Conclusión de Andrea Martínez

Pienso que este trabajo práctico realizado me hizo notar, que

con estos estudios que realizamos profundamente desde sus inicios hasta la actualidad, siempre observé la publicidad de la empresa, pero en realidad nunca la observé ni me fijé con detenimiento, tenía en mi memoria ya la marca de Coca-Cola porque además es mi predilecta, pero en realidad nunca me fijé en lo que había detrás de cada publicidad como mucha gente lo hace, en especial personas que saben acerca del tema. Sin embargo pude observar que las publicidades van mucho más allá de lo que nosotros podemos ver a simple vista, que además de ser un trabajo que pasa por varias manos de creativos, publicistas, y trabajadores en general, no es simplemente el hecho de vender el producto sino que con esto también está vendiendo la imagen de una empresa que se preocupa por sus consumidores y por la familia. Es una empresa que tras años de estar en el mercado sigue siendo el líder, sin competencia más que Pepsi la cual todavía no puede llegar a ocupar el lugar que ocupa Coca-Cola en la mente de los consumidores; pude también observar que hay muchas personas que prefieren las publicidades de Sprite y obviamente las de los productos Coca-Cola a los de Pepsi, ya que la diferencia radica en que Pepsi es más enfocada a los jóvenes, que están en posición de cambiar su opinión cuando menos lo esperan, en cambio Coca-Cola está enfocada a la familia, el núcleo de la sociedad, lo cual hace que la empresa tenga un mayor alcance y efectividad sobre los consumidores a pesar que muchos consideran que es una bebida mala y muchos no consumen gaseosas.

• Conclusión de Stephanie Calderón

Luego de una larga investigación sobre la evolución publicitaria de la firma Coca-Cola, en la que se consultaron diferentes fuentes de información, tanto artículos de Internet, revistas, libros sobre publicidad como entrevistas y encuestas para conocer directamente de los consumidores su opinión sobre la marca y sus famosas campañas; se puede concluir diciendo que la empresa es líder en el mercado de las bebidas gaseosas gracias a que el 72% de las personas que consumen gaseosas toman productos Coca-Cola.

La publicidad de la marca la ha ayudado de cierta forma a posesionarse en el mercado, ya que el 64% de las personas le resultan agradables sus publicidades, esto se debe a que la compañía a través de los años logró que sus comerciales apuntaran a valores como la familia, la vida, la diversión y la pasión, entre otros, además siempre estuvo presente en los eventos más importantes a nivel mundial desde la Navidad hasta el mundial de fútbol, logrando que los consumidores en cada uno de los países alrededor de la Tierra se sientan identificados con la bebida y deseen consumirla.

• Conclusión de María Juliana Granados Parra

Finalizando este trabajo pude concluir que la investigación es un proceso que toma tiempo, esfuerzo y dedicación. Es un instrumento que me permitió llegar a la conclusión que el mensaje de las publicidades de la empresa Coca-Cola no presenta ruidos ya que el contenido transmitido es simple directo y se asimila fácilmente. También me permitió concluir que por ser la empresa líder del mercado coca cola tiene la libertad de hacer en un gran porcentaje de publicidades institucionales que transmiten la filosofía y el concepto de la marca teniendo un gran efecto y reconocimiento, sin estar vinculada directamente a un producto.

• Conclusión de Sofía Yacuzio

Como conclusión del trabajo realizado puedo decir que fue muy interesante ya que pudimos aprender cosas acerca de la

publicidad de Coca-Cola que tal vez, en la vida cotidiana las pasamos por alto, para ello nos dedicamos a buscar información acerca de la historia de Coca-Cola, para entender cómo se fue instalando poco a poco en el mercado, y también investigamos acerca de la competencia más grande y fuerte que tiene esta marca, Pepsi, para poder entender un poco más la preferencia de la gente y por qué les resulta más atractiva la marca. Creo que para analizar estas publicidades y el impacto de ellas en la sociedad nos fue de gran ayuda la realización de las encuestas y luego la realización de la guía de observaciones para ordenarnos en cuanto al análisis de las mismas. También creo que nos sirvió mucho establecer de manera concreta el marco teórico para llevar a cabo nuestra investigación, ya que si no el tema que teníamos era muy amplio y se nos hacía muy difícil conseguir la información adecuada para seguir con el trabajo.

• Conclusión de Victoria Varga

Coca-Cola es una empresa sumamente conocida a nivel universal por su clásica bebida cola que se consume alrededor de todo el mundo, además de su amplia gama de bebidas.

A través de los años, ha podido lograr establecerse en el mercado como una empresa líder y un ejemplo a seguir no sólo por pequeñas empresas, sino también por aquellas que ya tienen amplia trayectoria y experiencia en el mercado y por las empresas competidoras que hasta el momento jamás han podido superar a Coca-Cola en ventas, creatividad comunicativa y en su relación con el público.

Coca-Cola le ha apostado como empresa a la imagen desde su principio, mostrándose en sus comienzos como una bebida exclusiva de una clase social media-alta, y llegando a todo el resto de las clases a través de su crecimiento como empresa, sin perder estatus ni prestigio. Esto, gracias a que supo exactamente como comunicarse institucionalmente, eligiendo las estrategias más adecuadas en el momento apropiado. Asimismo, tal es la relación que la empresa ha mantenido con la sociedad desde sus primeros inicios que alrededor de todo el mundo se ha podido observar que la bebida cola ha adaptado su nombre en nuestro dialecto cotidiano.

Cátedra: Alejandra Niedermaier

Emoción sonora. El impacto de la integración del sonido en el cine

Valentino Bergamasco

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

El siguiente trabajo práctico final titulado "Emoción sonora", tiene como objetivo contar desde un punto de vista social, el impacto de la integración del sonido en el cine, ya que ante esta gran innovación se generaron dos posturas: los de aquel entonces que se consideraban artistas que la rechazaban, y por otro lado las personas que se asombraban con las innovaciones técnicas que hacían del cine una experiencia muy similar a la vida real. El texto se encamina a partir de la pregunta: ¿cómo logró la facilidad audible en el cine para sortear los obstáculos sociales, satisfacer a los espectadores y conseguir un lugar estable en la cinematografía? Para ello fue necesario recurrir a distintos tipos de textos, algunos escritos en dicho momento y otros posteriores, para poder establecer una visión menos personal y más objetiva de lo que ocurrió en aquel entonces –se entiende que a pesar de la existencia

de testimonios escritos, no es posible saber con objetividad cuáles fueron las reacciones de la sociedad—. Estableciendo un análisis entre los textos consultados, se llega a una serie de conclusiones que responden satisfactoriamente a la pregunta planteada y predicen futuros sucesos.

Conclusión

A pesar de haber significado un cambio negativo en la forma de expresión visual en sus inicios, el cine sonoro logró establecer más tarde un lenguaje propio en el cual se producía armonía entre las imágenes visuales y sonoras. En tanto fue un nuevo tipo de experiencia, logró llamar la atención de la mayor parte de los espectadores y ello lo llevó al éxito rápidamente, a pesar de tener una gran lista de críticas negativas emitidas por los defensores del absoluto lenguaje visual.

Al poder percibir los sonidos que formaban parte de la escena, el espectador logró introducirse más en el mundo de la película. Además, hay que tener en cuenta que junto con la integración del sonido, se comenzaron a utilizar nuevos recursos visuales que jugaban con la percepción del espectador, como se ha explicado previamente, los momentos en que no había imagen pero sí sonido, en donde cada uno subjetivamente imaginaba cuál era su procedencia. De estos grandes aportes al lenguaje cinematográfico es difícil prescindir hoy en día, y es por dicha causa que el sonido se ha estandarizado.

El cine sonoro es un nuevo arte que abre las puertas a la percepción humana. Si recordamos el inicio del cine, se entiende que fue creado para asemejarse en la mayor medida de lo posible a la realidad. Es por eso que la integración de la facilidad acústica fascina al hombre: se crea un nuevo mundo muy similar al real. Teniendo en cuenta que el hombre durante toda la historia ha buscado hacer cosas intentando asemejarse o superar a la creación divina, se puede afirmar que el cine seguirá sufriendo cambios que lo harán cada vez más real, hasta llegar a un punto en que no podremos diferenciar lo real de lo artificial, como es el caso de *La invención de Morel*: "Contaré fielmente los hechos que he presenciado entre ayer a la tarde y la mañana de hoy, hechos inverosímiles, que no sin trabajo habrá producido la realidad... Ahora parece que la verdadera situación no es la descrita en las páginas anteriores; que la situación que vivo no es la que yo creo vivir".

Cátedra: Andrés Olaizola

Dengue en Río de Janeiro

Emiliano Marcos Dino
Licenciatura en Turismo

Síntesis

La idea de este trabajo es la de mostrar la evolución del dengue en Brasil y ver de qué manera se pudo controlar hasta mantenerlo a raya.

El crecimiento del mismo se fue dando entre los años 2001 a 2009 siendo su pico máximo de contagio en el año 2006.

Una de las zonas más castigadas es Río de Janeiro junto con Bahía donde el número de contagios por picadura se multiplicó de manera exponencial.

Gracias a una fuerte concientización de la población en general y al apoyo del Gobierno se logró reducir la cantidad de casos de manera significativa.

De esta manera el país pudo retomar su posición de líder indiscutido en cantidad de turistas que visitan el país carioca dando asimismo el ejemplo a otros países de la región como Argentina y Paraguay que actualmente están sufriendo las consecuencias de la enfermedad que parecería estar sin control.

Conclusión

De acuerdo al trabajo llevado a cabo puedo sacar la siguiente conclusión:

El dengue nunca deja de existir, simplemente se "duerme" siempre y cuando las medidas de seguridad para evitar su propagación sigan vigentes y sean aplicadas correctamente.

Es una enfermedad que afecta principalmente a países con gran concentración de humedad y la disipación de la misma es muy sencilla, afectando principalmente a países llamados de tercer mundo que concentran sus esfuerzos en otros sectores afectados con peores enfermedades y donde la asistencia social es escasa dado el bajo presupuesto otorgado por las instituciones.

En cuanto al turismo es inevitable que la desviación de la demanda se produzca en tanto y en cuanto la enfermedad esté vigente y en pleno crecimiento. A la hora de decidir dónde veranear no se elige por un destino donde está vigente una enfermedad epidémica como el dengue. Por consecuencia el turista opta por cambiar de destino sin lugar a dudas. Como consecuencia de esto el país que recibe menor cantidad de visitantes tiene menos ingresos y su balanza comercial (ingresos-egresos) le deja sin lugar a dudas un déficit comercial, sobre todo teniendo en cuenta que estamos hablando de un país que vive en un alto porcentaje del turismo receptivo.

Me sorprendió el compromiso ciudadano carioca a la hora de poner manos a la obra y responder contra una enfermedad que afecta a todos por igual. La pregunta que me hice automáticamente fue: ¿podremos algún día poner ese compromiso en práctica con los habitantes de este país?

Cátedra: Mercedes Pombo

Andrés Serrano

Celina Lacaze, Fernanda Ordenanz y otros
Diseño Gráfico

Síntesis

Andrés Serrano es un fotógrafo estadounidense que causó perturbaciones dentro de la sociedad actual, desarrollando temas controversiales y abordándolos de manera polémica.

Este proyecto está enfocado hacia una de sus exposiciones más conmovedoras titulada *La Morgue*, en la que se muestran fotografías de cadáveres. La investigación tiene por objetivo estudiar el rol de esta exposición dentro del pensamiento posmoderno, reflexionando acerca de una sociedad indiferente que busca evadir la idea de la destrucción de su existencia.

Conclusión

Andrés Serrano logra capturar los matices del inevitable estado de desintegración del cuerpo humano, a través de la iluminación, el uso del color y el acercamiento absoluto. Serrano embellece seres anónimos que cobran vida y nos cuentan de su trágica muerte a través de sus miradas, su piel y sus heridas. Las fotografías muestran un vínculo entre lo débil y lo

violento, presentando un estado de fragilidad del difunto y a la vez una expresión de violencia por parte de las laceraciones sufridas por el cuerpo. Haciendo alusión a la pasividad que la persona encuentra al morir y a las secuelas que la sociedad deja marcadas sobre su piel.

La Morgue trata de hablarle a la sociedad por medio de las fotografías, exhibiéndoles lo que eligen ignorar, la realidad. Serrano no sólo busca romper con la negación de la muerte pero también hacerles entender indirectamente a la sociedad que están vivos. Al mostrar fotografías tan crudas logra captar la atención de los espectadores y hacerles entender que no porque rechacemos la muerte ésta va a desaparecer y que no es una desgracia sino un recordatorio de que debemos aprovechar la vida, es la muerte lo que le da sentido y el temor impide que se disfrute.

Hambruna en Sahel: fin de un camino (1984-1985) de Sebastiao Salgado

Leila Parma y Sabrina Zuliani

Licenciatura en Dirección Teatral

Síntesis

Esta investigación se basa en el ensayo fotográfico “Hambruna en Sahel: fin de un camino” (1984-1985) de Sebastiao Salgado. Este reconocido artista brasileiro, se desempeñó como economista hasta el año 1972, cuando en un viaje de trabajo asociado al Banco Mundial conoce África y descubre su interés por la fotografía. Este ensayo en particular se centra en los habitantes de Sahel, como herramienta de denuncia social, ya que los mismos padecen los efectos de la desertificación y la falta de infraestructura que los ampare.

A pesar de las fuertes críticas que recibe Salgado por la crudeza de sus imágenes, él sostiene que su objetivo es concientizar a los espectadores luego de su exposición, generando así un cambio ideológico.

A través de este proyecto se demostrará que para que las intensas imágenes de Salgado no provoquen sólo un impacto pasajero sino un cambio profundo, hace falta un apropiado contexto cultural y educativo que le aporte simbolismo a sus imágenes.

Conclusión

En cuanto al análisis de esta imagen y cómo esto ayuda o no al objetivo de Salgado, se puede decir que el hecho de que utilice el blanco y negro aporta mucho dramatismo a la imagen y deja la idea del color librada a la imaginación del espectador, haciéndolo partícipe activo de la imagen. Utiliza también la iluminación para que el estómago del niño (indicador de desnutrición) sobresalga, o marca sus mejillas hundidas y sobre todo utiliza la analogía entre la rama seca y el niño desnutrido (que sea un niño también es una elección importante), para tener un impacto aún más fuerte. Como se dijo anteriormente resalta la soledad y desesperada situación con el fondo blanco, dando sensación de desolado desierto. Se concluye entonces, que esta imagen no ayuda a Salgado a lograr su objetivo. La herramienta de que el fotografiado no esté mirando a cámara, es también usado en el cine y refuerza la sensación de ficción. Es decir, que quien mire esta imagen tendrá la sensación de estar viendo algo armado y falso, aunque sepa que es real. Por último, se concuerda con Sontag al pensar que la increíble belleza de sus imágenes

lo aliena a uno del mensaje, separan y distraen del horror y realidad de la misma.

Cátedra: María Laura Ríos

Daguerrotipo

Rosario Jacobi y otros

Diseño Gráfico

Síntesis

En nuestro trabajo final, elegimos algo poco común como es el daguerrotipo. Al ver que no existía tanto interés sobre este tema como otros, decidimos abarcar nuestra investigación en algo que le sirva a la gente para terminar de entender la historia de la tan nombrada y utilizada Fotografía.

Como primera instancia, nos propusimos objetivos, que nos sirvieran para motivarnos a lo largo del trabajo. Luego siguieron los problemas que podrían llegar a acarrear hacerlo, y por último la justificación del mismo, que ayuda a comprender porque es tan importante el tema hablado por nosotras.

En segunda instancia tenemos el estado en cuestión, y luego lo más importante que sería el marco teórico, donde pudimos explayarnos más y desarrollar bien punto por punto lo investigado.

A lo último se pueden ver las hipótesis del trabajo, que puede servir como una solución provisional para los problemas dados anteriormente.

Conclusión

Nos interesó realizar esta investigación ya que pudimos adoptar una nueva mirada hacia la fotografía y a su origen. Descubrimos que gracias a los daguerrotipos hoy podemos apreciar una parte de la historia de la Argentina ya que el estudio y conocimiento de la misma se vuelve más rica si a los textos se le suman imágenes. Esto se vuelve imprescindible a la hora de entender dónde estamos parados, ya que entender nuestra historia es entender por qué estamos acá y cómo llegamos a estarlo.

Cátedra: Cynthia Rubert

Diseño de packaging como determinante

Dolores Basaldúa, Camila Caporicci y Florencia Mareta

Diseño Gráfico

Síntesis

Esta investigación ha sido desarrollada a partir de la hipótesis “el diseño del *packaging* es el factor determinante a la hora de la elección de un producto de una u otra marca”.

Se comenzó la investigación mediante un planteamiento de los objetivos, preguntas y justificación para establecer una guía al futuro desarrollo del trabajo. Luego, se realizó una amplia y profunda búsqueda, revisión y obtención de la literatura que aportaría el marco teórico al trabajo. Este marco teórico afirmaba la validez de la teoría y contribuía con argumentación para sostenerla.

Una vez finalizado el desarrollo teórico del trabajo se pasó al proceso de operacionalización. En este proceso se idearon las herramientas para llevar esta teórica al campo de la realidad. Mediante encuestas de tipo probabilístico accidental realiza-

das a cien personas, y la entrevista realizada a un profesional con profundo conocimiento del tema, se llegó a la conclusión de que la evidencia empírica refutaba la teoría ya que arrojaba como resultado que el precio era el factor determinante a la hora de la elección de un producto de una u otra marca.

Finalmente, se puede decir que aunque el diseño del *packaging* es un factor de suma importancia de un producto a la hora de la elección, en tiempos de dificultad, como la actual crisis económica mundial, el precio pasa a ser el factor más relevante.

Conclusión

La realización de esta investigación me pareció un proceso de mucho aprendizaje, no solo el hecho de haber aprendido acerca del tema elegido, que por supuesto me pareció cada vez más interesante a medida que profundizábamos en la investigación, sino también el hecho de aprender a trabajar en equipo, en cuanto a la organización y el ponernos de acuerdo.

Realizar esta investigación me trajo mucha satisfacción ya que cada vez que trabajábamos en el tema, ampliábamos nuestra investigación y encontrábamos más fuentes, el trabajo tomaba mas forma y resultaba coherente, lógico y lo más importante de todo relevante y útil.

Además, la tarea de encuestar tanta gente y entrevistar a un profesional en el tema me ayudaron a desarrollar mis técnicas de comunicación con la gente y aprender a expresarme formalmente.

En un momento tuve mis dudas ya que la evidencia empírica no concordaba con el contenido teórico de nuestra investigación, no afirmaba nuestra teoría, pero entendí que esta era la realidad en una investigación, no siempre se obtienen los resultados que se esperan y aunque en parte me desilusionó, pudimos darnos cuenta de por qué ocurría esto y que le daba una conclusión interesante y sobre todo verdadera a nuestra investigación.

Realmente estoy muy conforme con el trabajo que hicimos, me parece muy completo, real y útil de muchas formas. Trabajamos mucho y eso se refleja en nuestro trabajo.

Cátedra: Silvia Sánchez

Los nuevos accesorios, una cuestión posmoderna

Milena Faguagaz, Mercedes López Sauqué, Agostina Scoptoni y otros

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

En este trabajo, se desarrolló un problema muy presente en la actualidad: por qué hoy en día se utilizan accesorios de la cultura *hippie* con influencia aborigen. Se basó en ciertas variables como el tiempo histórico y el espacio geográfico, como así también el consumo de accesorios actuales con influencia *hippie* - aborigen para poder delimitar y recortar el problema y así analizarlo con más facilidad, utilizando como punto de partida un marco teórico conformado por conocimientos previos acerca del tema y por autores que trabajan con el tema de la posmodernidad, ya que pensamos que el fenómeno a estudiar se puede interpretar desde estas teorías.

Para poder afirmar la hipótesis que se planteó como respuesta tentativa al problema, se estudiaron autores como Philip Kotler, Gianni Vattimo y Néstor García Canclini, que trataron el tema de la posmodernidad y nos sirvieron de base para po-

der abordar el tema desde un punto de vista postmodernista. Utilizando sus conceptos más importantes, y relevando información de bibliografía adecuada, se realizaron conclusiones que permitieron afirmar la hipótesis establecida al comienzo de la investigación: la influencia *hippie* en los accesorios de la actualidad, se debe al gran y vertiginoso avance de las tecnologías, que aplicadas a los procesos de producción y a las comunicaciones, desarrollaron en la sociedad un sentimiento de nostalgia, fenómeno caracterizado por diversos autores postmodernos, que conllevó a la toma de elementos del pasado para traerlos mejorados al presente.

Kotler (2000), uno de los autores analizados para realizar este trabajo, en su libro *Introducción al Marketing*, habla acerca de estos vertiginosos avances tecnológicos mencionados anteriormente y como la sociedad se siente ante estos: "Si bien avalamos los beneficios de estos tiempos de conexión ubica, también nos sentimos atropellados por la celeridad de los cambios" (Página 153).

En esta frase, se manifiesta claramente como la sociedad se siente abrumada frente a los grandes avances tecnológicos, los cuales producen en ella un sentimiento de nostalgia que es tratado en nuestro trabajo de investigación a continuación. Para este trabajo se utilizó el diseño bibliográfico, ya que nos basamos de fuentes secundarias, como bibliografías de autores que hablan de la posmodernidad, para poder desarrollar nuestro trabajo y llegar a las conclusiones finales del trabajo. Los objetivos generales a los cuales apuntan nuestro trabajo serán estudiar la relación entre la cultura, la sociedad y la moda y contribuir a la promoción del conocimiento.

Por otro lado, los objetivos específicos serán comprender la necesidad de la sociedad de volver a usar accesorios que recuerden a épocas pasadas y descubrir la finalidad del uso de los mismos

Conclusión

A través de la investigación realizada sobre "La influencia aborigen en la vestimenta *hippie* y su influencia en los accesorios actuales", pudimos corroborar nuestra hipótesis de que con el gran avance de las tecnologías hay una tendencia a retroceder en el pasado y recuperar estilos perdidos y además, debido a la globalización cultural, la sociedad necesita realizar una búsqueda de su identidad perdida, utilizando accesorios de otras épocas, como mero uso estético carentes de sus significados originales.

Para confirmar esta hipótesis recurrimos al pensador económico Philip Kotler, quien aportó el concepto de "fiebre de milenio". Con lo que quiso decir, que a través de los vertiginosos avances tecnológicos, traen nostalgia del pasado. Con este aporte, se pudo comprobar durante la investigación, que en muchas de las marcas actuales de moda, y especialmente de accesorios, sucede este fenómeno que nombra el pensador. Como explicó en su libro *Introducción al marketing* (2001), este fenómeno influenciado por ciertos factores externos como por ejemplo los tecnológicos y culturales, modifican e intervienen en los hábitos de compra de las personas, cambiando su mentalidad y manera de accionar a la hora de comprar.

También hemos apelado al filósofo y pensador italiano Gianni Vattimo. Este, ha trabajado la teoría de la posmodernidad basándose en conceptos claves como la hermenéutica y el pensamiento débil. Esta teoría de Gianni Vattimo ayudó al desarrollo de la investigación, aportando conocimientos a la hora de entender por qué los objetivos que han sido traídos del

pasado, han perdido su valor y sentido originario, para convertirse en solo objetos de consumo sin significado alguno. Con su libro *El fin de la modernidad*, podemos entender el por qué es tan continuo el crecimiento de las culturas divididas mencionadas por Canclini en su libro *Consumidores y ciudadanos*. Su interpretación de los medios de comunicación como protagonistas principales de la era de la postmodernidad, llamado hoy en día como la era de la informática, nos hizo comprender la amenaza que significan estos medios a la preservación de la identidad cultural de la población. Además de estos dos autores mencionados, nos hemos basado en la teoría del antropólogo argentino, Néstor García Canclini, que ha tratado el tema de la posmodernidad y la cultura. Uno de los principales términos que ha acuñado y que ha ayudado al desarrollo de la investigación, ha sido el de géneros híbridos. Este antropólogo, con su teoría de las culturas híbridas, ha brindado un amplio panorama para poder abordar a temas de la sociedad contemporánea, sus hábitos y costumbres, los cuales han sufrido la influencia de los grandes avances tecnológicos producidos en los últimos años. Estas culturas híbridas, mencionadas por Canclini en su libro *Consumidores y ciudadanos* nos ayudaron a comprender los grandes cambios que sufren las sociedades en cuanto a su propia identidad. Por último, destacamos como una idea importante de este trabajo, que los significados y valores que tenían los accesorios de la cultura *hippie* aborígen, hoy en día se han perdido, convirtiendo a estos en simples objetos decorativos, vacíos, carentes de significados. Esta sociedad consumista y materialista en la que estamos viviendo, ha provocado en los consumidores el deseo de comprar estos objetos solamente porque las marcas líderes las marcan como tendencia.

Cátedra: Marisabel Savazzini

Telas inteligentes

Carolina Pfeifer

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Se ha desarrollado esta investigación sobre las telas con el fin de poder comprender su historia, sus inicios y cómo se fueron desarrollando a través del tiempo, pasando por las distintas figuras de cada época. De la mano de las telas fueron los estampados, tinte, y diversas maquinarias que lo hacían posible, hasta llegar hace unos años a incorporar tecnología. Hoy en día se sigue investigando, indagando y explorando. Generando así cada vez más telas inteligentes con varias funciones y capacidades. Luego se fueron realizando diseños en indumentaria y calzados.

Las telas tuvieron un crecimiento escalonado, pero todavía no logran que los textiles inteligentes sean muy conocidos.

Conclusión

Debido a la rigurosidad de los tiempos metodológicos y considerando que la presente asignatura es de cursada cuatrimestral, el desarrollo de la investigación requiere de un mayor tiempo para su profundización, pues propone un marco más amplio y abarcativo. Esta propuesta se podrá alcanzar en futuras investigaciones y Proyecto de Graduación.

Este trabajo es un diálogo constante entre la dimensión teórica y la dimensión metodológica.

La dimensión metodológica permite comprobar y analizar ciertas variables, generando un campo de actividad dinámico.

El contacto con un espectro de individuos de distintas índoles se constituyó en un aporte fundamental y enriquecedor, por el nivel de información procesado.

Cabe mencionar que algunas de las unidades de análisis no han abierto sus puertas, privando a la investigación de valiosos aportes.

La dimensión teórica está nutrida por textos de investigadores con destacada trayectoria.

El contenido teórico, que hace al cuerpo principal de la investigación, se desarrolló por medio de los trabajos de campo en las bibliotecas.

La reformulación de textos se convirtió en una condición *sine qua non*, al igual que la inclusión de las citas bibliográficas.

Este trabajo brinda sólidos conocimientos junto a una galería de imágenes originales.

Se destaca por contener una temática de ensayo y error, que prueba el compromiso de fidelidad con que fue concebido.

Los errores que puedan surgir se convierten al corregirlos en puntos de reevaluación del tema en cuestión.

Es de gran importancia el planteo de objetivos generales y específicos pues estos marcan la tónica y validez de la investigación.

Por último cabe destacar, que en las unidades de análisis se observó una notable diferencia de conocimientos.

Las personas de 45 años en adelante, que son profesionales, demostraron saber lo mínimo sobre el tema y aseguraron que habían leído artículos sobre los textiles inteligentes. Sin embargo, las personas de 15 años en adelante, estudiantes, no poseían conocimiento sobre ellas.

Concluyendo; recoger información, aclarar significados, identificar limitaciones y generar nuevas opciones se integraron a la dimensión teórica y a la dimensión metodológica, abriendo el dialogo para futuras investigaciones.

Cátedra: Valeria Stefanini

Henri Toulouse-Lautrec y el origen del cartel

Lucía Bengochea

Diseño Gráfico

Síntesis

Henri de Toulouse-Lautrec un artista extraordinario que se interesó por el cartelismo en una etapa ya avanzada de su itinerario creativo, mostró el afán por romper con las fórmulas establecidas por el Art Nouveau. Coincidiendo con la eclosión del movimiento modernista, Toulouse-Lautrec, marcó de manera importante el arte gráfico catalán de principios del siglo XX. Sus pinturas, grabados y dibujos, interpretaron la modernidad y utilizaron la imagen impresa para comunicar con una finalidad publicitaria. Henri de Toulouse-Lautrec, a través del cartel artístico, inicia los primeros pasos en la publicidad y el diseño moderno. Así se ha considerado estudiar dicha relación, entre el artista y el cartel, con el propósito de analizar la innovación y la influencia que marcó Toulouse posteriormente en el diseño y la publicidad. El estudio ayudará a comprender cuáles factores de la obra de Toulouse-Lautrec influyeron y contribuyeron, en el corto plazo, a irradiar el fenómeno de la modernidad artística y a medio plazo, constituyó un auténtico estímulo para el desarrollo del cartelismo.

La investigación contribuirá a constatar, con distintas fuentes, qué aspectos de las creaciones de carteles de Henri de Toulouse-Lautrec, marcaron e influyeron en el cartel moderno.

La investigación es viable, ya que se dispone de los recursos necesarios para llevarla a cabo mediante fuentes bibliográficas como, libros, revistas, artículos y notas acerca de la vida y obra de Henri de Toulouse-Lautrec, historia del arte moderno, historia del diseño gráfico, entre otros.

Esta investigación es de mucha importancia, a nivel personal y profesional, ya que me aportará conocimientos fundamentales del inicio del diseño gráfico, cómo surgió la comunicación visual a nivel masivo y focalizada en una audiencia, la importancia de la relación y composición que existe en la tipografía y la imagen.

Me surgió la curiosidad de investigar la vida y obra de Henri de Toulouse-Lautrec y el inicio del cartel, porque es muy interesante saber qué aspectos de la vida del mismo, las emociones, sensaciones y sensibilidad llevaron a una persona a romper las barreras impuestas de una época y ser tan visionario para innovar en un nuevo lenguaje, una comunicación visual que dio los primeros pasos en el inicio de la carrera del diseñador gráfico.

Conclusión

Luego de haber desarrollado la investigación acerca de la relación que existe entre Henri de Toulouse-Lautrec y el origen del cartel moderno, se pudo comprobar las hipótesis planteadas en el comienzo de la misma.

Podemos confirmar, entonces, que Lautrec fue un extraordinario artista del postimpresionismo que inició una nueva forma de comunicación en una época donde la industria comenzó a crecer y necesitó de este nuevo lenguaje. Los recursos gráficos que implementó Lautrec en sus carteles, con una gran capacidad del manejo estético y técnico, influyeron posteriormente en el diseño y se implementan hasta el día de hoy; como la síntesis, la línea, los colores plenos y vivos, la tipografía en colores, la composición y el mensaje direccionado a una audiencia específica. Comprendió desde un principio la esencia del diseño y la publicidad y lo implementó en todos sus carteles, lo que lo convierte en el artista más influyente del cartel moderno y diseño gráfico europeo.

Además de los aportes estéticos, de concepto y mensaje, contribuyó en el terreno técnico y mecánico de la litografía, que en esa época era aún un procedimiento joven, donde el artista se dedicó a investigar y pudo perfeccionar la impresión de sus carteles, Toulouse era muy metódico y perfeccionista controlaba las pre-impresiones, hacía varios estudios y bocetos anteriores a la realización del cartel, examinaba las tintas y seleccionaba los papeles adecuados, una metodología propia del diseñador gráfico actual.

Al iniciar la investigación e introducirme en la búsqueda del material, me encontré con gran cantidad de bibliografía que contenía datos biográficos acerca de su vida y obra, pero en general poco se detenían en la relación con el cartel; luego de una búsqueda intensiva logré obtener algunos catálogos y libros que se especificaban más en su obra gráfica, como el catálogo del Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) y el libro de Götz Adriani, llamado *Toulouse-Lautrec. Obra gráfica completa* que fueron de gran ayuda para poder relacionar las dos variables de la investigación.

Con el material recopilado y el estudio de los mismos pude llevar a cabo los objetivos planteados en un principio, y al con-

cluir la investigación pude entender la importancia que tiene la búsqueda de nuevos lenguajes y códigos visuales, la trascendencia de los mismos, que marcan una época y logran subsistir con el paso del tiempo. Toulouse-Lautrec logró plasmar sus sentimientos, sus sensaciones y su ideología de vida en sus carteles artísticos y en ellos se reflejaba una nueva forma de comunicación que respondía a una sociedad que crecía y necesita del cartel, del diseño y la publicidad, metodologías que en la actualidad son cotidianas, pero para la época donde vivió Lautrec fue una verdadera innovación.

Cátedra: Silvia Thernes

Harajuku Lolitas

Dolores Mato y Leandro Olmos

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Harajuku es un distrito de Tokio (Capital de Japón), situado en la parte oeste de la línea Yamanote entre Shinjuku y Shibuya. Los sábados y domingos se suelen ver jóvenes disfrazados de sus personajes favoritos de manga (cosplay) o vestidos al estilo victoriano (Gothic Lolita).

El estilo Harajuku fue creado en Tokio. Su nombre surge porque en dicha ciudad se encuentra el "Harajuku Station", el centro más conocido para realizar compras y donde los jóvenes de Tokio se ponen al día en lo que a la moda se refiere.

El Lolita es una moda de origen japonés cuya actitud esteticista, mezcla corrientes juveniles con la aristocracia de siglos pasados, principalmente las épocas del rococó y la era victoriana. Muchas de las corrientes *underground* japonesas, surgen a finales de los 70 para irse propagando hasta llegar a Tokio, convirtiendo así al famoso barrio Harajuku en la capital del Lolita.

El término "lolita" no hace referencia a la novela de Vladimir Nabokov¹, en Japón la palabra no se relaciona con esta concepción. Los orígenes de esta peculiar subcultura se remontan a la asimilación progresiva de la vida occidental a los usos y costumbres de la sociedad japonesa y en una profunda idealización del pasado más aristocrático.

Aunque este estilo no se relaciona con ningún tipo de música, bandas como Malice Mizer o L'Arc-en-Ciel que mezclan el pop-rock con la actitud glam, la tradición kabuki y los artificios góticos o barrocos surgen las llamadas "lolitas de banda" y el fenómeno fangirls, con seguidoras que les siguen con fervor casi religioso. El Lolita mimético comenzó a extenderse a nivel más popular. Nació junto con estas bandas una nueva versión del estilo, conocido como "gothic lolita" o "gosurori" llegando a ser tan representativo que termina por casi fagocitar al estilo madre.

El EGL (Elegant Gothic Lolita) y el EGA (Elegant Gothic Aristocrat) son términos creados por Mana (o Mana-sama ex miembro de Malice mizer) tras la posterior creación de su propia marca de ropa Moi-même-Moitié que promueve un lolita más sugerente y adulta a través de una imagen directamente relacionada con la estética del neo-gótico victoriano.

Las otalolis (otaku lolitas) son aquellas que llegan al estilo a través de la manga y el animé, tomándolo como un disfraz, por lo que son rechazadas por las lolitas más tradicionales. Como cosplayers, sus referencias pasan por personajes más que por las clasificaciones del género, de modo que podemos encontrar toda clase de exponentes. Suelen ser chicas jóve-

nes (por ejemplo, cosplay de la serie Chobits es cosplay lolita, ya que Chii es un ícono Lolita).

Conclusión

El nutrirnos puramente de tal información nos pareció grato y satisfactorio.

Consideramos al tema novedoso, fresco y original. El buscar e indagar información fue dinámico, entretenido, interesante y extravagante. Nos llamó la atención cómo cada grupo le es fiel a su estilo. También, el respeto que se tienen unos con otros. No hay conflictos entre tribus. Prima la lealtad, la armonía y un cálido ambiente juvenil.

Cátedra: María Valeria Tuozzo

La silueta en el siglo XX

Rosario Anzola, Luján Bertolini y Julieta Trozo.

Producción de Modas

Síntesis

Elegimos este tema porque al ser estudiantes de la carrera Producción de Modas, creemos que debemos informarnos sobre éste para ampliar nuestros conocimientos sobre moda, basándonos en los cambios del cuerpo femenino desde el punto de vista histórico. Es por eso que será una investigación de tipo bibliográfico.

Para alcanzar nuestro objetivo: poder visualizar la silueta femenina correspondiente a cada período, dividiremos el siglo XX por décadas. A partir de estas divisiones analizaremos y compararemos ciertas variables en cada una de ellas. En cuanto a la moda, los cambios en ella con respecto a: materiales, formas, colores, y otros.

En cuanto al plano histórico: crisis económicas, movimientos sociales y artísticos, guerras.

Una vez analizadas las variables con sus respectivos valores, intentaremos reunir las características de cada década para obtener una conclusión visual de las siluetas.

Conclusión

• Conclusión de Lujan Bertolini

Como conclusión personal creo que la hipótesis establecida al comienzo del trabajo no es verídica. Ésta afirma que los cambios en la moda son directamente causados por los diferentes aspectos del contexto.

En mi opinión estos tienen una relación, pero no causal, si no de influencia. Es decir, creo que el contexto histórico, económico, cultural, entre otros, tienen una gran influencia sobre los cambios en la moda y por ende, en la silueta femenina, orientándolos en cierta dirección, pero no causándolos.

Dado que toda una sociedad que vive dentro del mismo contexto histórico, no coincide "exactamente" a la hora de vestirse, pero éstos se mantienen dentro de los mismos códigos, creo que sólo influyen y no que se impongan.

Además, si dijésemos que el contexto es la causa de los cambios en la moda estaríamos eliminando la posibilidad de elegir libremente desde el gusto personal de cada uno.

• Conclusión de Julieta Trozo

Después de haber realizado el trabajo práctico llegué a la conclusión de que la hipótesis establecida al comienzo del trabajo es falsa.

Esta dice que los cambios en la moda y en la silueta de la mujer son directamente causados por los diferentes aspectos del contexto. En mi opinión estos son indirectamente causados, ya que intervienen otros factores para concretar el cambio.

• Conclusión de Rosario Anzola

Habiendo realizado el trabajo considero que la hipótesis dada en la introducción del trabajo es medianamente falsa, ya que los cambios sí son afectados por el contexto histórico, social, entre otros, pero no directamente sino que la relación cambio de silueta-contexto es más compleja, es decir, también influyen otros factores.

Cátedra: Juan Manuel Valentini

Indumentaria de bomberos, ¿práctico o estético?

Iciar Bravo

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

El trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la indumentaria de bomberos profesionales de la Provincia de Buenos Aires desde un enfoque estético y desde un enfoque práctico. La idea surge desde el ámbito del diseño. Ya que es donde existe confusión sobre este tema, pues sabemos que el diseño abarca prácticamente todos los ámbitos de la sociedad, y nos preguntamos si es que también abarca la indumentaria protectora para bomberos.

Sabiendo que en la Argentina existen alrededor de 600 cuarteles de bomberos, de los cuales 19 pertenecen a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, esta investigación es relevante a nivel nacional.

Conclusión

Luego de haber realizado la investigación y los trabajos de campo que esta implicaba, podemos decir que mi hipótesis fue incorrecta.

Nuestra hipótesis inicial fue: al confeccionar la indumentaria de bomberos el objetivo final es práctico y aunque se toma en cuenta lo estético, no es lo más importante.

La investigación nos permite saber que, al menos en la Argentina, el presupuesto de los bomberos no permite que la indumentaria protectora diferencie provincias o cuarteles. Por lo tanto, creo necesario realizar una propuesta para cambiar esta situación. El hecho de incluir el diseño en los trajes de indumentaria de bomberos sería de gran beneficio para la sociedad. En primer lugar abriría una nueva categoría para los diseñadores de moda actuales. Y en segundo lugar, sería un gran aporte ya que ayudaría a identificar a los bomberos de las diferentes provincias y cuarteles.

Debido a esta falta de diseño en los trajes de indumentaria de bomberos, decidí ofrecer una serie de diseños de indumentaria protectora que diferencien a los bomberos del interior de la Provincia de Buenos Aires unos de otros.

Los diseños cumplen con las normas fundamentales, ya que utilicé como base los tres modelos más importantes de la empresa RASA de indumentaria protectora. Considerando también que esta propuesta no signifique un alto costo, incluí en dichos trajes el escudo de cada provincia en lugares estratégicos de los trajes, tales como el frente y el casco.

Cátedra: Marcia Veneziani

Los años 20: La Garçonne

Daniela Calandra, Laura Chavez, Chantal Douer, Daiana Farji y Carolina Howard

Producción de Modas

Síntesis

La década de los años 20 fue totalmente revolucionaria. Luego de la Primera Guerra Mundial (1914-1918) surgieron los “años locos”. Como consecuencia de la misma, la población masculina se vio disminuida, por lo tanto, la mujer ocupó su posición y adquirió nuevas responsabilidades. Esta “nueva mujer” no sólo cambió sus actividades cotidianas sino que también adquirió un nuevo estilo, pasó de uno maduro y voluminoso a uno más juvenil y esbelto, asimilaron su estilo al varonil. Así es como surgió el estilo garçon: los cabellos cortos como los hombres, vestidos sueltos de cintura baja, faldas hasta la rodilla, adornos de bordados con lentejuelas, boas de plumas y notables accesorios. Marcó la diferencia de ambos sexos el maquillaje de aquellas mujeres: sombras de colores intensos como rojos y morados, pieles blancas, boca pequeña y en forma de corazón, resaltando sus mejillas y pestañas y depilándose las cejas. Surge un nuevo grupo de mujeres, denominadas “flappers”. Eran las mujeres rebeldes de la época. Tuvieron su origen por un deseo de liberación e independencia. Las flappers iban a clubs nocturnos donde se bailaba jazz y charleston, fumaban cigarrillos con largas boquillas y bebían alcohol en público en una época donde regía la Ley Seca.

Una de las mujeres que se destacó en esta época fue la revolucionaria diseñadora Gabriela “Coco” Chanel. Su objetivo fue el de liberar a la mujer del hombre, eliminando la moda del corsé y creando una nueva más confortable. Hoy en día, los diseñadores basan gran parte de sus colecciones inspirándose en diseñadores que en su momento crearon nuevos estilos, tales como Chanel, Vionnet, Jean Patou y Paulette. Fusionan las líneas de los “locos años 20” con las de nuestros tiempos.

Conclusión

• Conclusión de Laura Chaves

Realizada la investigación se puede observar que luego de tremenda guerra, como lo fue la Primera Guerra Mundial, la sociedad quiso darle un vuelco radical a su forma de vida. Tanto hombres como mujeres se dejaron llevar por el ritmo del jazz y del charleston, dos corrientes musicales que reflejaban la alegría que se estaba viviendo en los “felices años 20” debido a la paz que reinaba. La guerra también, como se mencionó, tuvo consecuencias directas sobre la mujer. Debido a las muertes que produjo, las mujeres comenzaron a trabajar, a ocupar lugares aptos sólo para hombres hasta el momento. Esto produjo un cambio de visión sobre su posición en la sociedad. La mujer buscó la igualdad con el hombre. Y la logró no sólo con el derecho al voto en los Estados Unidos, sino con la libertad de expresión reflejada en su forma de vida y de vestirse. Ellas comenzaron a practicar deportes, a conducir, a fumar y a tomar en público. En cuanto a su estilo y forma de vestir, crearon el estilo garçonne, caracterizado por su pelo corto, el cual las igualaba a los hombres, su maquillaje jugado, y su nueva vestimenta: vestidos mucho más cortos, de línea recta y suelto. Todos estos cambios mencionados llevan a la conclusión que, luego del trágico suceso, la mujer de los años 20 no sólo se independizó de una silueta ajustada y encorse-

tada como lo era la de la mujer de la Belle Époque, sino que esta nueva mujer fue la encargada de comenzar una lucha por sus derechos, logrando en primer lugar el voto femenino, como también la aceptación en sectores completamente masculinos hasta el momento. Lucha en la que las mujeres de hoy en día aún siguen peleando.

• Conclusión de Chantal Douer

Luego de haber realizado un análisis profundo de lo que fue la década del 20, llegué a la conclusión de que gracias a que las mujeres se animaron a liberarse y modificar su aspecto tanto interior, como exterior, hoy en día la figura de la mujer se presenta más firme y respetada. Lograron cambiar todo aquello que se les reprimía. No sólo cumplieron sus objetivos sino que también, crearon reglas nuevas que modificaron muchos de los aspectos de su vida. Pudieron vestirse bien y no ser torturadas por apretados corsés, también llevar a cabo una moda cómoda para poder desarrollar una vida activa y sana al mismo tiempo. Se sentían cómodas y apuestas a pesar de tener una imagen un poco masculina. Esto les permitió sentirse más seguras y abiertas a nuevas posibilidades. La década del 20 fue una época muy revolucionaria y creo que siempre se recordará como una época de pura feminidad.

• Conclusión de Daiana Farji

Realizar esta investigación me sirvió para nutrirme de conocimientos varios acerca de la situación mundial que se vivió en el marco general de la década del 20, aprendí cómo afectaron estos sucesos a un país determinado, como es el caso de los Estados Unidos y cómo lo hicieron más directamente en la vida de la mujer quien luchó por sus derechos y nunca bajó los brazos hasta conseguir la igualdad con los hombres y su inserción en la vida laboral, impidiendo que las rebajasen nuevamente y las hicieran volver a su posición previa a la guerra, donde lo único que ocupaba su tiempo era el ser ama de casa. Las mujeres norteamericanas lograron también que les otorgasen el voto, lo cual no supuso un cambio menor en sus derechos. El hecho de que junto con la finalización de un acontecimiento tan doloroso como lo fue la Primera Guerra Mundial haya venido aparejado una psicología tan liberal donde lo único que importaba era vivir despreocupado, disfrutar la vida al máximo, y no desperdiciar ni un segundo de ella, parece ser algo muy valioso que demuestra que nunca hay que bajar los brazos y que siempre hay que tener esperanzas ya que luego de algo malo siempre viene algo bueno. Durante esta investigación aprendí también que todos deberíamos valorar más las cosas cotidianas que tenemos la suerte de tener, ya que por ejemplo un teléfono, un microondas, un auto o una radio hoy en día nos parece algo bastante normal de lo que solemos estar rodeados pero en cambio en esa época esos objetos facilitaron mucho la vida de las personas y hasta les dieron la esperanza de un mundo mejor (incluso habiendo vivido un acontecimiento tan trágico poco tiempo atrás). Otra de las cosas que rescato es que me pareció muy interesante el hecho de no sólo indagar en la historia y los sucesos ocurridos en aquel entonces, sino también introducirnos en el mundo de la moda de aquellos años y aprender y ver el cambio tan tajante que se produjo casi de un momento para el otro con respecto a la indumentaria, cortes de pelo, maquillaje y demás.

• Conclusión de Carolina Howard

Como conclusión puedo decir que nuestra hipótesis de trabajo fue probada. Ya que la independencia de la mujer sí se manifestó en actitudes masculinas.

Después de terminar el proyecto de investigación, recolectar los datos necesarios y hacer los diferentes estudios, podemos decir que los años 20 comenzaron con la finalización de la Primera Guerra Mundial, cuando las mujeres tuvieron que salir a trabajar y a ocupar los puestos de sus maridos.

Ellas vivieron en esa época una era de independencia, de liberación, donde se les permitió vivir con actitudes que eran exclusivas de los hombres. Tanto como fumar, manejar autos, salir de noche, cortarse el pelo como tal. Hasta su figura cambió de estilo, se sacaron el corsé para usar fajas elásticas que desmarcaban su cuerpo. Las mujeres se parecían cada vez más a los hombres.

Cátedra: Andrea Zas

Calentamiento global

Camila Ruiz Díaz y otros
Organización de Eventos

Síntesis

El presente Trabajo Práctico Final consiste en un informe de investigación, comprendiendo como campo el eje temático de los Movimientos Culturales Alternativos, en nuestro caso: el calentamiento global.

Para el mismo hemos planteado la siguiente hipótesis: ¿Se puede concientizar o sólo informar?

A través de organizaciones como Greenpeace, que quieren detener el Calentamiento Global, hemos podido establecer un marco teórico, definición de variables y dimensiones, para poder hacer un abordaje más crítico y real de la hipótesis planteada. Todo lo aprendido a lo largo de la cursada, nos ha dado las herramientas específicas para poder diseñar un instrumento de recolección de datos adecuado para nuestra investigación y que a la vez, nos permitiera detallar la muestra sobre la cual realizamos la recolección, exponiendo los resultados a través de diferentes tipos de gráficos para la correcta comprensión de la misma. Todos los conocimientos obtenidos nos proveen un mayor aprendizaje del mundo científico, permitiéndonos el crecimiento como futuras profesionales.

Conclusión

Como he expresado anteriormente, estoy muy contenta de haber realizado este Trabajo Práctico Final, no sólo por mi compañera de equipo sino también, por todos los conocimientos que incorporé acerca del calentamiento global y el conocimiento científico.

Me gustó el desarrollo de la clase y la paciencia de la profesora, ya que no es un tema fácil de abordar, y a través de este trabajo pudimos darnos cuenta, la dificultad de expresar nuestras ideas y las de la sociedad en un papel.

Realmente el tema que elegimos es apasionante e inclusive en clase otro grupo estaba en contra del calentamiento global, y después de haber investigado tanto, no podíamos sostener que quisieran negar nuestras pruebas. Fue como tener una refutación constante. Esto nos muestra como uno al investigar un cierto tema se va involucrando con el mismo hasta hacerlo propio.

Esta cursada me deja muchos conocimientos que seguramente aplicaré a lo largo de la carrera.

Segundos Premios

Cátedra: Laura Aguirre

Herramientas del diseñador gráfico

Jessica Kandel y Cristina Primavera
Diseño gráfico

Síntesis

Las herramientas gráficas que se utilizan en el ámbito profesional del diseño gráfico son instrumentos que manejan los diseñadores para la elaboración de un trabajo, teniendo en cuenta las especificaciones del cliente. Entre algunas de estas herramientas tenemos el color, la imagen, la tipografía, la fotografía, el equilibrio, el contraste, entre otros. La finalidad de todo diseñador gráfico radica en que, a través de estas herramientas, se pueda transmitir el mensaje deseado y acordado con el cliente, dicha finalidad es la base del trabajo de un diseñador gráfico y por lo tanto el éxito se calcula a partir de este propósito.

Luego de realizar una investigación sistemática de estas herramientas gráficas, se logró sintetizar que, específicamente, el color y la tipografía asumían un puesto protagónico en el momento de transmitir un mensaje determinado. A partir de esto, se pudo llegar a un interrogante que plantea si el color, en lugar de la tipografía, es la herramienta predilecta del diseñador gráfico ya que, según este profesional, es lo que primero capta el público. Se planteó este interrogante para el planteamiento de la hipótesis, que luego de una investigación bibliográfica y de campo, logramos comprobar.

Conclusiones

Con esta investigación pudimos demostrar que los temas planteados realmente podrán servir como base para futuras investigaciones de esta misma índole.

El marco teórico realizado, plantea temas relacionados con la carrera que cursamos actualmente, por lo que pudimos deducir nuevos conocimientos teóricos.

Los colores poseen diferentes significados dependiendo de la interpretación de cada persona, generalmente el significado va orientado a relacionarlo con elementos de la naturaleza, de ahí se deriva la clasificación general de los colores cálidos y fríos. Los colores cálidos (rojo, naranja, amarillo) generalmente los relacionamos con calor, fuego, pasión, y los colores fríos (azul, violeta, verde) los asociamos con naturaleza, frialdad y sobriedad, entre otros.

La utilización de luces y sombras dentro del diseño gráfico, genera sensación de realismo y profundidad a la pieza, este mismo efecto y sensación se puede lograr mediante el uso de contrastes tales como "cálido y frío", "de colores puros" y "de complementariedad", entre otros.

Dentro del diseño, otra herramienta de gran uso, aparte del color, es la tipografía. Esta es otra manera de transmitir sensaciones y significados muy variados dependiendo qué familia tipográfica se emplee. Entre estas familias tenemos romanas, palo seco, egipcias y de fantasía.

Las líneas son sucesiones continuas de puntos que poseen distintas morfologías que expresan significados diferentes por ejemplo, las curvas denotan suavidad y profundidad, las líneas rectas denotan sobriedad y firmeza.

Cuando ordenamos los elementos de una pieza gráfica, nos guiamos por los distintos significados en la disposición en

el espacio que, a través de estos, cambiaría radicalmente lo connotado y denotado dentro del diseño.

Pudimos resolver que la investigación es correlacional ya que se pudo comparar características de dos elementos diferentes: el color y la tipografía.

A partir de la investigación realizada, algunos objetivos y preguntas planteados en un principio, fueron respondidos a través de una prolongada investigación bibliográfica y de campo.

Luego de haber releído detalladamente el trabajo de investigación y de analizar los datos plasmados, pudimos corroborar nuestra hipótesis, llegando a la conclusión de que efectivamente el color es un instrumento de mayor peso que la tipografía en el diseño gráfico, por razones de semántica y significado.

Para lograr obtener las características de cada elemento estudiado, se realizó una serie de encuestas y entrevistas a profesionales y estudiantes de la carrera relacionada. La etapa donde se recolectaron dichos datos, comprende la investigación de campo. Por otra parte, también se realizó una investigación bibliográfica, que incluyó la consulta de varios libros de diseño y páginas web relacionadas con el tema.

Cátedra: Roberto Algasí

Las estrategias publicitarias en turismo: la marca Patagonia

María Cecilia Antelo y Juan Ignacio Machado

Licenciatura en Publicidad y Licenciatura en Hotelería

Síntesis

La marca Patagonia es una de las tantas marcas formadas en base a la teoría de marketing territorial.

El marketing territorial es una estrategia que utilizan las ciudades o regiones para poder enfrentar el mercado y lograr un mayor desarrollo de la región tanto económica como socialmente.

La región Patagónica de la República Argentina que comprende el sector del país que se encuentra al sur del Río Colorado optó por realizar su propia imagen de marca: Patagonia. A partir de la generación de dicha marca se generaron cambios en la vida social de las personas, en la economía y en la naturaleza de la región.

En la mayoría de los casos en los cuales se realizaron este tipo de gestiones en una ciudad o región determinada, los cambios generados fueron positivos. La creación de esta marca argentina no fue la excepción ya que a través de una investigación realizada se logró llegar a la conclusión de que la región patagónica aumentó sus ingresos gracias al turismo y a lo que esto trae consigo aparejada.

Conclusiones

A través de los datos recabados podemos concluir los siguientes puntos:

- La región patagónica es, luego de la provincia de Buenos Aires, la más visitada por los turistas extranjeros, especialmente los provenientes de Europa.
- Pudimos deducir que la marca Patagonia apunta mayormente al mercado extranjero, esto es comprobable por dos cuestiones:

- Dentro de la región tanto la señalética como las habitantes abocados al turismo están escritos en inglés y saben el idioma respectivamente.

- Todas las estadísticas realizadas por los distintos entes gubernamentales están enfocadas solamente hacia el turismo receptivo extranjero de la región patagónica.

- El porcentaje más alto de turistas que recibe la región patagónica son los españoles.

- En cuanto a la influencia que tuvo la marca sobre la región fue favorable, ya que se observa un aumento significativo en la construcción de hoteles, y un incremento de agencias de viajes y turismo.

- La marca al publicitar se apoya sobre todo, en imágenes de sus atractivos naturales.

Cátedra: Diana Avellaneda

El caso Axe

Christian Alexander Hauck

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

AXE es una marca de "Unilever", para desodorantes, anti-transpirantes y gel de ducha. Es muy popular en todas partes del mundo, aunque en Australia, Nueva Zelanda, Irlanda y el Reino Unido, es llamada "Linx". La marca fue lanzada en 1983, si bien el producto en sí fue lanzado en Sudáfrica en 1974 bajo la marca de "Ego", también de Unilever. Actualmente hay trece fragancias disponibles.

Con el fin de otorgarle un aporte al estudio de los análisis de la comunicación publicitaria, a continuación se analizará la evolución que tuvo AXE, en cuanto a su forma de comunicación. Se evaluará si es que a lo largo de su historia fue implementando y mejorando las ideas y estrategias utilizadas para expresarle al público sus beneficios y efectos en el hombre.

Conclusión

De acuerdo con los datos recopilados sobre la marca AXE, podemos confirmar que a medida que transcurría el tiempo, fue evolucionando en cuanto a la forma de comunicación, ya sea utilizando nuevas ideas y estrategias o realizando innovaciones, siempre para expresar al cliente masculino sus beneficios y efectos favorables para él.

También podemos confirmar que gracias a las innovaciones y a las buenas ideas en la comunicación, la participación en el mercado de AXE siempre fue en aumento. Observando su desarrollo, se ve como AXE en el año 1995 tenía una participación en el mercado del 16%. Luego, en el año 2002, ésta aumentó a un 17, 5% y en el 2003, subió a un rotundo 19,7%. Esto demuestra que la demanda del producto fue en aumento y posiblemente la innovación publicitaria haya sido la clave para este resultado.

Lo antedicho nos da la pauta, que si AXE sigue con una idea comunicacional clara, es decir con ese tono irreverente e innovador, se seguirá manteniendo en la cima del mercado e incluso podría aumentar su participación en él. Debido a que el imaginario social de la población actual, tiene cierta falta de respeto hacia lo oficial, importante o sagrado, hoy en día la mayoría de las personas, tienen una actitud irreverente. Esto genera que la gente se sienta cómoda al ver una campaña de este estilo y mucho mejor aún, si a la vez es innovadora.

Cátedra: Marcelo Bianchi Bustos

Buenos Aires, la ciudad, su gente y sus costumbres: cartoneros en Buenos Aires

María Paula Sarobe y otros

Licenciatura en Relaciones Públicas

Síntesis

A lo largo del trabajo de investigación que se puede apreciar a continuación, se intenta dar a conocer, como en muchas otras investigaciones ya conocidas, algunos aspectos sobre este sector de una clase social conocido como "Cartoneros".

Serán tratados aspectos como: sus inicios, sus actividades, las zonas en las que se desempeñan y las estadísticas que muestran el crecimiento o no del sector en la ciudad de Buenos Aires.

Se trata de una temática ya conocida por todos, a la que intentamos darle un matiz diferente; conocer sus códigos, costumbres y razones por las cuales trabajan y viven en esas condiciones.

Siempre teniendo en cuenta que no es posible hallar una solución inmediata para que este sector mejore su calidad de vida, se intenta mínimamente aportar algunos datos para que todos los individuos conozcan y tenga en cuenta esta realidad que tanto nos afecta en la actualidad.

Conclusión

A partir de todos los contenidos vistos y analizados a lo largo del trabajo de investigación, y luego de haber consultado diversas bibliografías tanto materiales como digitalizadas, creemos que estamos frente a una realidad cada vez más predominante en nuestro país y sobre todo en Capital y Gran Buenos Aires.

Comenzó en los años 70 como un "cirujeo" o actividad informal, pero a lo largo de los años los cartoneros lograron agruparse y conformar las llamadas cooperativas, o el mismo movimiento de trabajadores excluidos. Juntos logran obtener más fuerza para luchar contra las adversidades que la sociedad les impone y así poder sobrevivir con dignidad.

Aun así, todavía existen quienes no los aceptan, ni les permiten ocupar un lugar merecedor en la comunidad, de la que, en última instancia, todos formamos parte.

Cátedra: Claudio Eiriz

August Sander, "Hombres del siglo XX" contrapuesto con propaganda fascista

Juan Carlos Hinojosa López

Licenciatura en Fotografía

Síntesis

August Sander, reputado fotógrafo alemán del siglo pasado dejó un legado permanente en el tiempo con su obra artística, *Hombres del Siglo XX*. Dicha obra es un proyecto de retrato sistemático iniciado en 1910. August Sander se dedicó hasta la década del 50 a fotografiar retratos del hombre alemán. En la asunción nazi, *Hombres del Siglo XX* fue perseguido por los nacionalsocialistas quienes no encontraron en los retratos de Sander el ideal "ario" que pregonaba la ideología nazi. Sander, durante el régimen totalitario, sufrió censuras por parte del Estado. Entre otras cosas, censuraron sus libros en libre-

rias, quemaron archivos y sufrió la muerte de su hijo Elrich quien militaba en el partido obrero socialista de izquierda.

¿Por qué *Hombres del Siglo XX*, además de tratarse de una obra de arte constituye también una crítica sociopolítica del régimen nacionalsocialista de la Alemania de 1930 a 1945? ¿Qué figuras de la retórica de la imagen en la obra de Sander, permiten sostener esta idea?

Nuestro objetivo va a ser a partir de una serie seleccionada de fotografías de August Sander, encontrar figuras retóricas que permitan demostrar la trascendencia de su obra artística, en la esfera sociopolítica. Para demostrar la crítica seleccionaremos fotografías y propaganda oficiales del régimen nazi y trataremos de hallar figuras retóricas que discrepan con *Hombres del Siglo XX*.

Esta investigación va a estar dividida en dos ejes de estudio. En primer lugar vamos a mostrar *Hombres del Siglo XX*, como el retrato de las condiciones sociales. Presentando la obra de August Sander y analizando las figuras retóricas de la selección de fotografías. En segundo lugar, vamos a estudiar la fotografía y propaganda nazi y el control social de la imagen, tratando de hallar de igual manera figuras retóricas. Es decir que en el transcurso de la investigación vamos a realizar una comparación de la obra del fotógrafo alemán August Sander con la fotografía propagandística nazi. Para ello vamos a encontrar figuras de la retórica de la imagen que nos lleven a aceptar o refutar nuestra hipótesis: *Hombres del Siglo XX* además de ser una obra artística y universal, fue una crítica y está contrapuesto al régimen fascista nazi y su control social a través de la propaganda política.

Conclusión

En conclusión, a través de esta investigación basada en dos selecciones de imágenes que se contrastan, pudimos poner en evidencia el legado que Sander dejó al mundo de la fotografía documental. Dejándonos un documento histórico y sistemático del individuo alemán de la primera mitad del siglo XX, marcada por la Primera y Segunda Guerra Mundial. Además pudimos darnos cuenta de un elemento que caracterizó al gobierno de Adolfo Hitler, y caracteriza la mayoría de regímenes autoritarios, la propaganda. Ella controla con rasgos maquievélicos las imágenes del régimen y transmite su doctrina. Se constata que utilizaron principalmente figuras de la retórica de oposición, incitando al odio o a la segregación de ciertos grupos sociales (enfermos, afro, judíos). Utilizan figuras de oposición con el fin de dividir de manera prejuiciosa a la población. O bien hacer culto de la personalidad y apología cuasi épicas al régimen utilizando figuras de amplificación o exageración. La diferencia entre la propaganda política nazi y la obra *Hombres del siglo XX*, es que si bien Sander utiliza un sinnúmero de figuras retóricas, en sus fotografías no se encuentra ningún otro fin que el de documentar al individuo de su tiempo en su entorno espacial. No existen en él prejuicios y aunque su trabajo se basó en una clasificación tipológica, en esta misma no se encuentran rasgos segregacionistas y violentos, como se encuentra claramente en la fotografía oficial del Reich alemán.

Como conclusión personal, desde un principio me interesó el hecho de investigar la obra de este fotógrafo alemán desconocido para la mayoría de las personas, pero importante en la historia de la fotografía. Conocí la obra de August Sander, en un taller de fotografía que realicé en un centro cultural de Buenos Aires. El taller era sobre "edición de fotografía". El proyecto *Hombres del siglo XX*, me interesó mucho y pro-

puse a mis compañeros de grupo realizar una investigación sobre esta obra fotográfica. Mi grupo constaba de tres personas, al final quedé sólo y se me hizo más cómodo el hecho de trabajar, ya que los miembros de mi grupo tenían diferentes posiciones políticas lo que complicaba llegar a un acuerdo para el trabajo.

Como se nos pidió basar la investigación en la retórica de la imagen, decidimos contraponer la obra de Sander con las fotografías publicitarias del régimen. La historia universal y la fotografía son de mi agrado, es por eso que esta investigación me resultó divertida y lejos de aburrirme, me entretuvo.

Cátedra: Eduardo Gálvez

El uso de la vestimenta para pertenecer a un grupo

Agostina Caruso, Alejandrina Hazam Porrini y Paula Rubiano
Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

En esta investigación experimental se quieren desarrollar los elementos que influyen a los adolescentes al comprar las mismas marcas, como medio de identificación grupal. En el campo de la moda es indispensable tener presente los aspectos que tienen en cuenta las personas al comprar diversas marcas.

El objetivo de esta investigación es definir las representaciones sociales que exactamente tienen los adolescentes a la hora de comprar ropa como medio de identificación grupal. Estas se ven influenciadas por la sociedad y por su entorno, y por la personalidad que fue adquiriendo. Con la observación de la respuesta de los entrevistados vamos a comprobar las tendencias ya existentes y así llegar consecutivamente a una definición más exacta.

El comprador tiene un conocimiento completo de sus necesidades que generan conflicto con la práctica y sus deseos de estar a la moda. Según Sigmund Freud, da una visión mucho más compleja de la motivación humana. "Somos impulsados por exigencias irracionales... que emanan del inconsciente... y que son, en gran medida, producto de la represión sexual".

1. Otros pensadores refinaron las teorías de Freud, resaltando que la represión sexual no era la única causa de estas exigencias inconscientes, Carl Jung decía: "El instinto sexual es sólo uno de los muchos que nos presionan a buscar una satisfacción desde dentro".

2. Abraham Maslow: "luchamos por satisfacer una jerarquía de necesidades, desde la simple supervivencia hasta la última realización personal".

3. Es posible que ni los compradores mismos se den cuenta de estas razones.

Debido a que son inconscientes. Por ejemplo, a menudo deseamos que lo que compramos refleje la imagen que tenemos de nosotros mismos.

Queremos que un producto que compramos diga algo de cómo deseamos que nos miren. A partir de aquí vamos a encontrar una precisión más exacta, por la cual los adolescentes se visten con la misma marca de ropa para obtener una identificación grupal.

Conclusión

A partir de la recolección de datos, se llegó a la conclusión que los Floggers y los Emos, se visten en los mismos lugares como medio de identificación grupal. Esto puede ser justifica-

do, con respecto a las respuestas de los miembros de las tribus, al preguntarles si se sentían identificados en los lugares de compra. Con respuesta a la respectiva pregunta, se mostró que la variable independiente explica la variable dependiente. Lo cual sería que los Emos y Floggers eligen la misma marca para vestirse y así formar parte de la tribu urbana.

De los 20 casos (10 Floggers y 10 Emos), todos los Floggers entrevistados respondieron que no se sentían identificados al comprar en cuyo lugar; y un Emo de 10 que fueron entrevistados, dijo que se sentía identificado.

Los floggers en una instancia no se reconocían a pertenecer a un grupo identificado, pero admitían vestirse de acuerdo a esta tribu Urbana. A medida que la entrevista se llevó a cabo lo terminaban de reconocer. Con respecto a las marcas de ropa todos los entrevistados preferían las mismas marcas tales como: Cristóbal Colón, Levis, zapatillas Converse, y otras. Con la pregunta siguiente: (¿Cuál es el lugar en donde compran ropa tus amigos?) se ve paralelamente la manera y en dónde viste el individuo es en consecuencia donde visten sus amigos. Aclaraban que eligen determinado lugar para vestirse porque dentro de su grupo está a la moda. Contaban que les gustan los lugares de compra pero a la vez admitían que no se sienten identificados con dichas marcas. Acá es el punto en donde se demuestra que este determinado grupo se viste con determinadas marcas para pertenecer a un grupo identificado.

Los Emos, con las respuestas adquiridas se logran determinar que admiten lo que son pero no están seguros de lo que es ser Emo, porque el diálogo mostraba confusión. La mayoría respondió que compran sus vestimentas en la Bond Street, (una galería al lado de su punto de encuentro) o lugares que vendan las mismas prendas. Respondieron que sus amigos también visten en los mismos lugares, y que realmente no se identifican en las respectivas marcas o lugares de compra. Una vez se puede observar la misma conclusión que con la de la tribu urbana anterior, que visten para pertenecer a un grupo identificado.

En función de los datos que se obtuvieron se puede decir que la hipótesis de la investigación científica "la inseguridad del individuo adolescente, lleva a vestirse igual que el otro, para formar parte de una tribu urbana", define los resultados obtenidos de las entrevistas. Con la muestra de 20 casos (10 Floggers y 10 Emos) que se eligieron de los miembros de cada tribu urbana, muestra que los individuos tienden a comprar en cierto lugar como medio de identificación grupal y así formar parte de un grupo.

Cátedra: Yanina Gambetti

Influencia de propagandas de VIH/SIDA en el imaginario social

Natalia Di Bernardo, Lucas Terradas y otros

Diseño de Historietas

Síntesis

En este informe universitario de investigación nos proponemos indagar sobre la repercusión negativa indeseada que puede tener una propaganda sobre el imaginario social existente del tema en particular tratado. Para realizar un recorte de la temática nos centramos en las propagandas gráficas de las campañas de prevención y concientización de VIH/SIDA y

en su influencia negativa sobre el imaginario social respecto de los portadores del virus.

Creemos que la manera que tiene una propaganda de construir un imaginario social negativo es utilizando elementos que ayudan a discriminar a la otra persona. Es así como el concepto de discriminación toma lugar, aún cuando la propaganda no promueva la discriminación directamente.

La discriminación¹ es el acto de hacer una distinción o segregación que atenta contra la igualdad de oportunidades. Normalmente se utiliza para referirse a la violación de la igualdad de los derechos para los individuos por cuestión social, racial, religiosa, orientación sexual. Por otro lado, la discriminación puede ser positiva o negativa. Es positiva cuando ésta observa las diferencias entre grupos de individuos y favorece a un grupo de individuos de acuerdo con sus características y/o circunstancias sin perjudicar de ninguna manera a otro/s. Es negativa cuando realiza un prejuicio con base en oposición a las basadas en las observaciones científicas, es decir, realiza una acción perjudicial hacia un grupo en específico, basándose en dichos prejuicios.

En este trabajo nos vamos a centrar, única y exclusivamente, en la discriminación negativa y el efecto que ésta puede tener cuando es manifestado/promulgado por una propaganda en una sociedad. Si esta idea de discriminación es compartida por la mayoría de la sociedad se constituye entonces en un imaginario social compartido por las personas que componen a ese grupo. Esther Díaz (1998) afirma que “a partir del imaginario social se producen los valores, las apreciaciones, los gustos, los ideales y las conductas de las personas que conforman una cultura” (Esther Díaz, Pág. 13). Según la misma autora, el imaginario social se construye a partir de las coincidencias valorativas de las personas e instituciones (familia, colegio, iglesia). Señala además tendencias y refleja, casi como en un espejo, las situaciones conflictivas. A su vez, produce desconcierto y, en el peor de los casos, exclusión.

Conclusión

El resultado del análisis exhaustivo de la muestra realizada estableció que hay un mayor número de propagandas que logran comunicar eficazmente el mensaje de prevención/concientización sin alimentar el estereotipo negativo del portador del VIH/SIDA (promiscuo, drogadicto u homosexual). Esto pone en evidencia que la hipótesis planteada no es correcta y queda, por lo tanto, refutada.

Esto no quiere decir que no haya efectivamente propagandas que influyan negativamente en el imaginario social respecto del infectado. Las propagandas que sí lo hacen se encuentran dentro de un grupo minoritario del total.

Por otro lado, se concluye que sí hay recursos del diseño que representan valores simbólicos negativos, y que pueden aportar a construir un imaginario social negativo.

El recurso por sí sólo no constituye un elemento negativo. Adquiere este valor cuando es puesto en relación con otros elementos/recursos dentro de una disposición determinada de los mismos. Es entonces deber del diseñador gráfico de la propaganda, evaluar la utilización de cada uno de los elementos que selecciona para una transmisión correcta del mensaje que se desea manifestar al receptor.

El presente trabajo no pudo agotar la información existente sobre la temática seleccionada, por lo que el trabajo podría funcionar como base para una nueva investigación. Nosotros nos centramos en las propagandas de prevención/concientización

desde el punto de vista del diseño, y en el diseño gráfico como disciplina. Por lo tanto, las nuevas investigaciones pueden seguir la línea del imaginario social respecto del portador del virus, la cual no fue investigada más allá del marco teórico.

Los interrogantes que quedaron sin responder entonces fueron: ¿Cómo reacciona una persona ante la propaganda de prevención/concientización de VIH/SIDA? ¿Cómo reacciona la comunidad de enfermos de VIH/SIDA ante las mismas campañas publicitarias?

Esto puede realizarse mediante entrevistas no estructuradas en profundidad a profesionales o conocedores del tema, como también con encuestas (entrevistas cerradas) a distintas personas.

Una de las técnicas de observación que el grupo se propuso al principio de la investigación, que luego tuvimos que abandonar por materia de tiempo, fue la de llevar a cabo una entrevista accidental donde se mostraran algunas propagandas seleccionadas al entrevistado y que el mismo diera su opinión al respecto. Esta es una opción viable para tener en cuenta al momento de realizar una nueva investigación.

Notas

1 Fuente de Definición de Discriminación: Wikipedia.

Cátedra: Martín García Sastre

Moda y tendencias europeas y latinoamericanas de los años 40` y 50`

Verónica Bessopeanetto y Nadia Bonetto

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Nuestra investigación, titulada “Moda y tendencias europeas y latinoamericanas de los años 40 y 50” surgió al principio por la obligación académica, sin embargo, elegimos un tema que nos inquietaba a ambas, por el cual nos sentíamos incentivadas a buscar información. Encontramos muchísimos datos e información que desconocíamos que nos fue muy útil tanto como para el trabajo en sí, como para nuestra carrera. En cuanto al contenido del trabajo nos planteamos lo importante que era conocer las tendencias de décadas como en este caso 1940-1959, y el contexto histórico en el cual se originaban. Fue muy interesante ver las diferencias que se marcaban entre las dos épocas, con contextos completamente antagónicos, las diferencias que había tanto en los cortes de las prendas, los tejidos, las texturas, los colores, los accesorios, y la utilidad que se le daba a la indumentaria en general. Para poder investigar debidamente las décadas previamente elegidas, antes analizamos profundamente las décadas de 1930 y 1960. Pasamos por períodos de guerra, posguerra, crisis, y épocas de progreso. Finalmente, después de mucho tiempo de investigación, nos sentimos muy a gusto y conformes con la información que les daremos a conocer a continuación. Esperamos que les resulte tan interesante como lo resultó ser para nosotras.

Conclusión

La moda siempre existió y fue cambiado con el paso del tiempo adaptándose a su vez a las distintas situaciones que se vivían tanto en Europa como en Latinoamérica. Podemos afirmar con seguridad que desplaza las tradiciones y aparte

fue, es y será un fenómeno que nunca se acabará. Hablamos de una moda cíclica que según las décadas estudiadas en este trabajo de investigación, se mantiene en una época muy difícil, que marcó la historia y que a pesar de haberse dado solo en un país se trasladó a muchísimos países y tuvo consecuencias por un largo tiempo. La crisis del 29, los años 30 donde las mujeres podían vestirse de una manera atractiva y práctica a la vez, priorizando su silueta con la propia forma del diseño, los detalles y adornos que volvían a la mujer más provocativa, con diseños trabajados con materiales mas baratos debido a una crisis muy importante.

Diez años más tarde se produce la Segunda Guerra Mundial causando un importante perjuicio al mundo de la moda que llegó hasta el cierre de salones de alta costura y a la escasez de material, fomentándose así el uso de la falda recta y lista sin pliegues quedando totalmente prohibida la de tipo acampanada. Las mujeres comenzaron a tener otro rol dentro de la sociedad, salieron en busca de trabajo con una vestimenta ágil, eficiente para dicha actividad, con colores apagados, oscuros y adecuados a la situación que vivían, con su pelo recogido, práctico y cómodo. Pero años más tarde la moda reemprendió su actividad de la mano de Christian Dior quien lanzó su primera colección y ejerció gran influencia en el mundo de la moda, comenzando una época glamorosa, con mujeres más femeninas con perfectas combinaciones como el azul turquesa en las sombras y el naranja en los labios, una mujer que se vio de nuevo atrapada en un estrecho corsé, tanto en sentido literal como figurado, con un deseo: recuperar aquella femineidad que había perdido al apoyar a su marido durante la guerra. Los trajes volvían a ser la parte principal del ropero de muchas mujeres. La mayoría de las faldas eran estrechas y llegaban a media pierna. Las chaquetas eran entalladas y presentaban un pequeño faldón, así como una solapa muy marcada, entre otras cosas. Podemos ver que comienza el culto a la belleza y que todo lo acontecido y surgido aspiraba a un “festejo” por la finalización de la guerra que en Latinoamérica no tenía el mismo impacto como del otro lado del continente. Mientras se producía la crisis del 29, llegan a Latinoamérica múltiples grupos de distintos lugares ya que los sueldos eran más elevados en las fábricas y así podrían mejorar sus condiciones de vida. Apenas obtuvieron su primer sueldo, compraron ropa nueva que cambiaba su aspecto por el urbano; los hombres comenzaron a utilizar camisas de “piel de tiburón” y las mujeres abandonaron sus blusas claras y sus faldas oscuras por medias y vestidos. Se fabricaban vestidos a la mitad de la rodilla que poco después se alargan y se instala la falda a mitad de pierna. Los trajes de noche se usaban largos, de línea angosta y adherente, adornados siempre por interesantes cortes, volados al bies, ruches plisados y muchos moños. Estas formas resaltaban las formas más femeninas y relleas, entre muchas otras características.

Comprobamos que los diseñadores latinoamericanos se basan en una moda parisina, que se desarrolla del otro lado del océano y con la información tan abundante que existe sobre nuestro tema a investigar, logramos alcanzar los objetivos planeados en una primer instancia relacionados a una época en cuestión (40 y 50) a partir de los hechos tan importantes como lo fueron y lo son la crisis del 29 y la Segunda Guerra Mundial.

Cátedra: Andrea Lobos

Surgimiento de la minifalda y la liberación de la mujer

María Julia Serret

Producción de Modas

Síntesis

“La mujer se revolucionó luego del recital de Woodstock, con los *hippies*. La mujer se vestía con mucha minifalda y pulóveres”.

En este documento se dará a conocer la imagen y revolución que tuvo la mujer durante la década del sesenta, en el mundo en general.

Mostraremos los hábitos y costumbres de ella, hasta llegar al estereotipo clave de la década, donde todas querían parecerse a la reconocida actriz Twiggy. Modelo elegida por la diseñadora Inglesa Mary Quant, creadora de la minifalda, prenda que tuvo una gran revolución a nivel mundial.

Además mencionaremos materiales, colores, texturas y diseños específicos utilizados por los “nuevos jóvenes” de la época, decimos esto porque antes de esta época los niños pasaban directamente a ser adultos, sin pasar por la adolescencia, ya que no había una moda por la cual se sintieran identificados.

Finalmente se verá como todo lo mencionado anteriormente se vio afectado por el contexto histórico, económico y social.

Conclusión

En conclusión, podría decir que la década del sesenta fue una época de gran revolución, como lo planteamos al inicio de la investigación. Fue una época donde la juventud se reveló, y comenzó a actuar como adolescente. Se le dio un espacio a la adolescencia, que antes no existía. Anteriormente, se pasaba de ser niño a adulto directamente, de utilizar indumentaria de niño (la cual era idéntica a la de los adultos, en tamaños más pequeños) a indumentaria de adultos, y esta siempre formal. Fue en esta década donde surgen nuevos colores, nuevas formas, nuevos estilos de vida e ideologías, impulsadas por los adolescentes. Se comenzaron a utilizar colores fuertes, como el rojo, mucho blanco haciendo referencia a la era espacial. Existía una necesidad muy fuerte de que el hombre llegue a la luna, y esto se reflejaba en las actividades, y formas de ser en la vida en sí. Esto se expresaba también en la indumentaria, prendas con formas que hacían referencia a este sueño. Por otro lado, surgió la minifalda, una de las prendas más emblemáticas de la época, creada por la diseñadora Mary Quant, la cual se hizo famosísima alrededor de todo el mundo en muy poco tiempo, y la misma se sigue usando hasta el día de hoy, después de 45 años. Por último, pudimos corroborar, que el canon de belleza había cambiado, que ya no era símbolo de belleza la mujer con grandes curvas, sino que lo era aquella mujer extremadamente flaca, como lo era la modelo, actriz Twiggy.

Para finalizar, podría decir que la realización de esta investigación me sirvió muchísimo como para aprender ciertos puntos claves de la época, ya que no sabía mucho, y ahora se podría decir que algo sé. Creo que cumplimos con los objetivos planteados, y logramos encontrar respuestas a todas nuestras inquietudes.

Cátedra: Ernesto López

Marca de cigarrillos Camel

Facundo Quinteros

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

En este trabajo analizaremos las publicidades de la marca de cigarrillos Camel. Veremos cómo fueron cambiando al pasar del tiempo, cómo fueron afectadas por las sociedades de diferentes décadas y cómo las restricciones afectaron a las piezas creativas en esta última década. Por otro lado veremos la historia de Camel desde sus primeros años, quién fue el fundador, cómo fue su primer slogan y cómo eran las características del tabaco. También veremos importantes personajes que dejaron su marca en el pasado, que eran utilizados para las publicidades, tanto gráficas como en otros medios de Camel.

Conclusión

Las publicidades fueron cambiando según el contexto de la época y los gustos de la gente. Por ejemplo cuando se desató la Segunda Guerra Mundial las publicidades estaban orientadas a los soldados dentro de la guerra, y en la actualidad debido a las restricciones las publicidades de los cigarrillos son mucho más limitadas que las del pasado. También pudimos analizar que las publicidades de Camel en sus inicios contenían mucha información de la marca: cómo eran los cigarrillos y qué contenían. Pero a través de los años las publicidades fueron cambiando, se empezaron a utilizar nuevas imágenes, tanto de personas como dibujos, y los textos se hicieron cada vez más cortos hasta que en la actualidad se dejaron de utilizar. Por otro lado pudimos ver que la marca empezó utilizando la imagen del camello durante la primera década pero luego sólo aparecía en los paquetes. En la última década sólo se usa el camello para las publicidades de Camel, aparece siempre de diferentes formas creativas. Esto muestra cómo las restricciones afectaron a los cigarrillos, ya no utilizan la imagen de gente fumando placenteramente, aún así las nuevas piezas creativas fueron muy exitosas en la sociedad. Esto no fue tan sólo para Camel sino para la gran mayoría de las marcas de cigarrillos ya que todas se fueron adaptando al contexto de la sociedad.

Cátedra: Zulema Marzorati

Del canto al cuento

Shirly Berim, Julieta de la Madrid, Juliana Degli Innocenti y Sara Zalberg

Diseño Gráfico

Síntesis

El presente es un trabajo de investigación descriptivo y explicativo sobre el Terrorismo de Estado. Nuestro propósito será explicar de qué se trata este concepto y especificar sus características, para luego centrarnos en analizar cómo se manifestó en la Argentina durante el último gobierno militar (1976-1983). Intentaremos también establecer nuestras ideas en base a la película *Crónica de una fuga* (Caetano, 2006) que representa cómo se vivió dicho terrorismo en nuestro país. Este film nos

permite reflexionar sobre los cambios históricos y cómo fueron representados por la producción cinematográfica.

La película relata un hecho real, la fuga de un centro clandestino de detención durante el autodenominado Proceso de Reorganización Nacional. Está basada en la novela *Pase libre. La fuga de la Mansión Seré*, cuyo autor es Claudio Tamburrini, uno de los detenidos que logró huir. Este muchacho (interpretado por Rodrigo De La Serna) era el arquero del Club Atlético Almagro y estudiante de Ingeniería. La tarde del 23 de noviembre de 1977 fue secuestrado por un grupo de tareas y trasladado al centro clandestino de detención "Mansión Seré", localizado en Morón, provincia de Buenos Aires. Cuatro meses después logró huir junto a otros tres detenidos, escapando de lo que probablemente hubiera sido el final de sus vidas. Nuestro trabajo de titula "Del canto al cuento" haciendo alusión al uso de la palabra "cantar" durante dicha época, utilizada como sinónimo de delatar. Una vez que alguien era delatado (cantado), comenzaba a formar parte de un cuento de terror.

Conclusión

• Conclusión de Julieta de Lamadrid

Con este trabajo de investigación he reflexionado sobre el Terrorismo de Estado y cómo fue representado en el film *Crónica de una fuga* (Caetano, 2006).

De acuerdo con los autores analizados me aproximo a la conclusión de que es un sistema que se basa en la violación de los Derechos Humanos por parte de esa institución.

Esta situación se dio en Argentina durante el último gobierno militar (1976-83). Durante esta época en que se expandió el control a toda la sociedad, el pueblo vivió constantes ataques pues el estilo del gobierno se basó en prácticas autoritarias destinadas a reprimir a las personas que no compartían sus ideas. A través de *Crónica de una fuga* pude abordar cuáles fueron esas prácticas autoritarias, como el secuestro y la tortura.

El film y la bibliografía consultada me permitieron corroborar la hipótesis de que también hubo entre sus víctimas, personas inocentes que nada tenían que ver con la militancia política, como el personaje principal, Claudio Tamburrini.

Más allá de que *Crónica de una fuga* es una lectura fílmica de la historia, me permitió un acercamiento a la época del Proceso y a la realidad que se vivía.

Me resulta increíble que el Estado atente contra la seguridad de su pueblo, cuando tiene la función primordial de protegerlo.

• Conclusión de Juliana Degli Innocenti

Este trabajo de investigación, basado en la película *Crónica de una fuga* (Caetano, 2006), me permite llegar a la conclusión de que durante el último gobierno militar se vivió una época donde los Derechos Humanos fueron completamente violados. A esto se lo llama Terrorismo de Estado.

En el film, se observa como el propio gobierno argentino se encargó de utilizar prácticas autoritarias para poder eliminar todo grupo o persona que fuera parte de algún movimiento que se opusiera en a la autoridad militar.

Entonces afirmo mi hipótesis diciendo que no sólo se vieron afectadas personas involucradas con algún movimiento político, sino también personas ajenas a los mismos.

Asimismo creo que es algo extraordinario que se pueda utilizar al cine, un medio de comunicación bastante importante hoy en día, como fuente y agente de la historia. Esta película crea una mayor conciencia sobre lo ocurrido en la época de la dictadura militar y a través de sus imágenes, podemos abor-

dar la época del 2006 o contexto de filmación, en el que se tienen más en cuenta los derechos humanos.

• Conclusión de Sara Zalberg

El terrorismo de Estado no fue ni es una novedad en la historia de la humanidad. Sin embargo es paradójico que el Estado, quien debería ocuparse de garantizar la seguridad de sus habitantes, sea quien los masacre. Y esto lamentablemente fue lo que sucedió en la Argentina durante el período de 1976 a 1983.

La lectura fílmica de *Crónica de una fuga*, nos permitió abordar este tema a través de las representaciones y la condensación de sus personajes. Estas imágenes reproducen un hecho real, el secuestro de un inocente Claudio Tamburrini y su posterior fuga.

La bibliografía y los autores consultados me permiten corroborar así nuestra hipótesis por la cual muchas personas ajenas al conflicto se vieron perjudicadas por el autoritarismo del gobierno militar.

• Conclusión de Shirly Berim

El tema que me propuse abordar en esta investigación fue la dictadura militar a la que se vio sometida la Argentina en el período 1976-1983.

Para tratarlo he analizado el film *Crónica de una fuga*, basada en la historia real de Claudio Tamburrini, una de las tantas víctimas del terrorismo de Estado argentino.

En respuesta a los objetivos propuestos investigué autores que desarrollan la cuestión del terrorismo de estado a nivel global y en particular en Argentina.

Y basándome en estos autores y en la gran cantidad de bibliografía consultada, afirmo mi hipótesis, según la cual no sólo fueron víctimas del terrorismo de Estado argentino militantes políticos, sino también personas que ajenas al activismo social se vieron presas en las garras de la dictadura militar.

Puedo concluir, de acuerdo con Marc Ferro, que el film *Crónica de una fuga* se convierte en agente de la historia ya que consigue hacernos tomar conciencia en la actualidad, de lo sucedido en los años 70.

Cátedra: Beatriz Matteo

Rediseño del catálogo BAFICI

Manuel Ricardo Rey, Eduardo Rosales Bustillo y otros
Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

¿Usted cree también, que el actual catálogo del Festival Internacional de Cine Independiente, BAFICI, necesitaría algunas reformas?

Si es así, lo invitamos a leer con atención el siguiente informe de investigación en el que podrá ver paso a paso, el desarrollo de un nuevo catálogo para el festival, el cual estará plagado de contenido relevante tal como una entrevista a Héctor Olivera. Le ofrecemos nuevas sinopsis con mayor contenido y citas de figuras históricas del cine argentino y mundial.

Si es usted un amante del cine no dudará en apreciar y atesorar la siguiente investigación.

Pero, para llegar a esto, primero tuvimos que averiguar: ¿qué es el BAFICI?, ¿cuándo comenzó?, ¿por qué comenzó? y contestamos muchas otras preguntas que nos formulamos para conocer a fondo el festival y así hacer un mejor rediseño.

Conclusión

Nuestro objetivo fue colmar el folleto con el espíritu cineasta del BAFICI. Hacerlo más sugerente para los asistentes al festival, que les sea más grato a la vista y sientan que se ha hecho por gente que ama el cine para gente que ama el cine.

En pocas palabras, a lo que se ha querido llegar con esta investigación es al desarrollo de este nuevo catálogo más completo y estéticamente más allegado al cine independiente.

El cine independiente es un fenómeno de gran valor en nuestro país que no debe ser dejado de lado a la hora de hablar de cultura, ya que nos representa a todos en nuestras vidas cotidianas, como individuos que luchan por dejar algún mensaje con sus cortas y simples vidas en este mundo de estrellas estereotipadas de Hollywood.

Cátedra: Mercedes Pombo

La ruptura del estereotipo masculino y su relación con lo animal

Marian Pagani y Paula Rulli

Diseño Gráfico

Síntesis

La investigación propuesta en este proyecto tiene como objetivo analizar la figura masculina en las obras de Bacon y su relación con lo animal. Para esto se analizan los datos del artista, y se realiza un análisis formal de sus obras, y el estudio de las ideas y los conceptos de su sociedad.

Se busca vincular los sentimientos del artista con sus obras indagando acerca de las razones que lo llevan a pintar esas figuras deformes similares a cuerpos mutilados animalizados. Francis Bacon realizó algunas de las pinturas más desgarradoras del arte contemporáneo, éste tuvo un estilo expresionista, basado en un simbolismo de terror y rabia, que lo convirtió en uno de los artistas más originales del siglo XX. Toda su trayectoria pictórica se caracteriza por una profunda independencia, que hace de su pintura un referente inconfundible del arte europeo de la segunda mitad del siglo XX.

Este proyecto nos brindará un amplio conocimiento del dolor en el artista y lo que intenta transmitir a través de sus pinturas, las cuales muestran constantemente la lucha con uno mismo para expresar algo diferente. Estas incluyen la deformación del sexo masculino relacionándolo con lo animal de una manera nunca antes mostrada. Esto nos lleva a descubrir el arte de una manera diferente y totalmente abstracta, pero que a la vez es muy interesante.

Conclusión

En el trabajo de investigación se habla como tópico principal del dolor en las imágenes y se vuelca especialmente a estudiar al artista Francis Bacon y relaciona sus obras con la ruptura del estereotipo masculino y su relación con lo animal. ¿Por qué dice relacionarlo con lo animal? Porque en todas sus obras se intenta mostrar el instinto humano, los cuerpos aparecen de cierta forma mutilados, deformados, hombres que toman posiciones y conductas animales, rostros que parecen desaparecer o ser absorbidos. Muestra imágenes muy crudas, pero que no dejan de ser reales aunque a simple vista se piense que no. Como primera impresión se ve una mezcla entre un hombre y un animal o hasta una masa abstracta en la que no se llega a entender sus partes, y se toma como algo no

real que nunca puede existir; pero si mira un poco más lejos, si se mete en el cuadro y lo analiza más profundamente se da cuenta de que si es real porque esa imagen partió de una necesidad del artista por querer transmitir una sensación, un sentimiento, y eso es puramente real. En sus obras, Bacon, siempre expresó las cosas del modo más directo posible, y puede que, si una cosa llega directamente, la gente sienta que es horrible; y esto puede suceder cuando se observan sus obras, pero ¿por qué?, ¿por qué ante el dolor, la tristeza, la violencia se tiende a disgustarse con lo que ve?, ¿por qué siempre se relaciona la belleza con el arte?, ¿por qué todo arte que no sea bello es de cierta forma rechazado por la gente?

Lo realmente bello del arte es poder mostrar y plasmar en los cuadros situaciones y sensaciones propias y muy personales de cada artista, transmitir algo, más allá de que lo que se muestre sea, a simple vista, lindo o desagradable.

Y Bacon muestra esas sensaciones, de dolor, de su dolor pero también una realidad, esa búsqueda incansable de la perfección y mantenimiento eterno del cuerpo humano, que naturalmente se desvanece. En sus obras representa el cuerpo mutilado que regresa a la animalidad, se encierra y enfrenta a sí mismo llegando a disolverse y desaparecer. Lo que muestra es un dolor acompañado de soledad, de inquietud, de indiferencia, que va mucho más allá del dolor físico. Bacon transmite su dolor interno a través del cuerpo humano.

Este artista tuvo una vida difícil, conviviendo con la violencia, en época de guerra y postguerra, lo cual explica un poco esta inclinación a mostrar todo aquello que él vivió y sufrió pero no caben dudas de que Francis Bacon transmite de la forma más exacta y clara sus emociones y sentimientos vividos, su dolor y sufrimiento, por ahí de una forma extraña, poco común y desgarradora, pero quizás así fue su vida.

Imágenes fotográficas de Diane Arbus. Mírame... mírate... ¿Qué ves?

Javier Marra y María Saccone
Licenciatura en Dirección Teatral

Síntesis

El trabajo aquí presentado está basado en el ensayo fotográfico de Diane Arbus en el período neoyorquino entre las décadas del sesenta y setenta.

Diane Arbus es una fotógrafa norteamericana, trabajó con éxito durante más de 10 años, haciendo campañas publicitarias y de moda para revistas muy reconocidas. Empezó a aventurarse por las calles de Nueva York para pasar horas observando el comportamiento de los personajes nocturnos como, vagabundos, artistas callejeros y *freaks*. En la década del 60, comenzó a atraer las miradas de la comunidad artística, recibió becas, expuso en muestras en el Museo de Arte Moderno de Nueva York, y su reputación empezó a ser reconocida a nivel local, como pionera del nuevo estilo documental. Un año más tarde de su suicidio se convertía en la primera fotógrafa norteamericana cuya obra se exponía en la Bienal de Venecia.

Lo que se intenta demostrar es la búsqueda de la fotografía por naturalizar lo culturalmente horroroso, permitiendo de esta manera, relacionar el contenido estético del propio ensayo con la comunicación afectiva que se genera con el interlocutor. Esto conduce al espectador a indagar y a reflexionar sobre sus propias experiencias emotivas.

Conclusión

"...Una mirada desde la alcantarilla puede ser una visión del mundo la rebelión consiste en mirar una rosa hasta pulverizarse los ojos...". Alejandra Pizarnik

Diane Arbus se presenta como una artista capaz de romper con los ideales atribuidos a una mujer burguesa moderna. El arte impacta de manera muy inesperada en su historia personal, por su modo particular de ver y sentir el mundo, decide aventurarse por los rincones más oscuros de las calles de New York, y sin siquiera planificarlo Arbus consigue generar una enorme cantidad de fotografías que permanecerán para siempre en el imaginario de quien las observe.

Es ella quién dirige la mirada del espectador, es ella quién de manera sutil y delicada conduce a lo más íntimo y privado de personajes públicos que antes eran escondidos, que hasta el momento parecían no existir, pero que siempre habían estado ahí, esperando ser develados, caminando en la oscuridad del ignorado, del discriminado, es ella quién genera monstruos, *freaks*, sobrevivientes, o personas increíblemente bellas. Diane Arbus vuelve visibles "objetos-personas", en donde por enunciar determinado suceso lo convierte en realidad. En este caso, por capturar determinada persona, la vuelve visible al resto de la humanidad.

Cátedra: Silvia Sánchez

Dime cómo te vistes y te diré que estudias

Ann Massiel Ramos Pasten
Diseño textil y de Indumentaria

Síntesis

En el siguiente trabajo indagaremos en la vestimenta de los estudiantes de la Universidad de Palermo en sus diferentes facultades, para lograr saber si su forma de vestir tiene alguna relación con la carrera que cursan en esta Institución, o si son otras las variables que influyen en su forma de vestir. Para esto se realizarán encuestas a 22 alumnos de las diferentes facultades para así deducir si su apariencia física se deriva directamente de la carrera que cursan, durante el proceso utilizaremos estudios de distintos autores que respalden lo descubierto.

Nuestros objetivos son conocer las causas que determinan el modo de vestir de los jóvenes universitarios de la Universidad de Palermo. Además mostrar la diversidad de estilos y tendencias dependiendo de que es lo que estudien. Para esto identificamos los factores sociales o psicológicos que promueven la manera de vestir de un joven universitario y observar si existe un factor en común que se refleje en su forma de vestir.

Conclusión

La forma en que visten las personas no determina lo que estudian, no se puede confirmar que cierto individuo pertenezca a una determinada carrera con tan solo observar su forma de vestir, aunque la vestimenta si otorga información como nuestro sexo, edad, clase social al cual pertenecemos, gustos, ideologías, preferencias y la forma en que vemos el mundo. No se puede acertar que una persona estudia correctamente una carrera, ya que la manera de vestir es un lenguaje tan extenso y complejo el cual incluye no solo prendas de vestir, sino también accesorios, peinados, maquillaje, etc. es tan amplia la elección, salir e ir a un shopping, tienda o simple-

mente probarnos ropa en nuestro hogar, nos definimos y describimos a nosotros mismos, lo que incluye múltiples factores a considerar como la comodidad, resistencia, disponibilidad y lo más importante el precio.

Cátedra: Marisabel Savazzini

La moda de los 80

María Belén Quiroga

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

El trabajo de investigación que se realizó es sobre la influencia de la década de los 80 en la actualidad.

Se llevaron a cabo varios pasos, que fueron analizados detalladamente, hasta llegar a la conclusión final.

Se realizó un marco teórico donde se expusieron entre otras cosas, los acontecimientos políticos, económicos, sociales y la influencia en la actualidad de la década de los 80.

La década de los 80 en la Argentina, fue una época en donde acontecieron muchos cambios en la sociedad, la cual se vio afectada totalmente, como por ejemplo: la dictadura militar y la llegada de la democracia. Estos acontecimientos afectaron a la cultura del país y con ello a la indumentaria.

Luego de la dictadura militar y con la democracia, la sociedad cambió su manera de vivir, con libertad y optimismo.

Se comenzó a darle más importancia a la indumentaria, cosa que anteriormente no era tan importante y la mujer comenzó a preocuparse por su figura, y los jóvenes comenzaron a tener sus propias ideologías y lo demostraban a partir de los gustos musicales. A partir de allí surgen las tribus urbanas.

También para constatar en forma detallada y por personas que vivieron esa época, se realizaron dos encuestas y una entrevista para conocer más de cerca esa época y para luego observar por qué es que ocurren las influencias.

Luego de la realización de todos los pasos, se llega a la conclusión de las variables, donde se las analizan una por una, y la conclusión final del trabajo.

Conclusión

A lo largo de la cursada, se tenía que realizar la elección de un problema de investigación, resonó el tema de las influencias de décadas anteriores en la actualidad. Se observó que la década de los 80 tiene una gran influencia en la indumentaria de hoy en día y a partir de ello se quiso realizar el trabajo de investigación.

Primeramente llamó mucho la atención al realizar las preguntas clasificadas que se realizaron solamente sobre textiles, tema que no encajaba en nuestra problemática. Se habían hecho las preguntas sólo con el tema de los textiles y al releerlas se observó que se había enfocado en los textiles solamente.

Con relación al marco teórico, se quiso enfocar en la época en sí, en los acontecimientos que marcaron esa época, en sus características más importantes y por supuesto la influencia en la actualidad.

No solamente se relacionó la época y la actualidad con respecto a la moda, sino también, se relacionaron con otros aspectos, por ejemplo: sociales, culturales. No se quiso encajar solamente en la moda, ya que explicando los factores sociales, como por ejemplo: la preocupación por la figura y con ello la vuelta al gimnasio, también se explica la indumentaria

que se utilizaba en esa época y como sigue existiendo hasta la actualidad.

Con la realización del instrumento de recolección de datos, donde se realizaron dos encuestas (una a personas que consumen moda y otra a personas que vivieron en la década de los 80) y una entrevista a una profesora de historia; se observó que hubo coincidencias con respecto al marco teórico y a algunas variables, lo que hace pensar que fueron factores importantes, ya que permanecen en la mente de las personas encuestadas, y en otras aunque no sepan específicamente algunas características de los 80, indirectamente lo relacionan, ya sea a través de las telas, por acontecimientos sociales, políticos.

Gracias a todos los pasos realizados durante el proceso del trabajo de investigación, se abre un nuevo cuestionamiento para los siguientes trabajos a realizar: ¿Influyen los acontecimientos políticos, sociales y económicos en la moda? Con la realización del marco teórico y con la entrevista realizada, se observa que los acontecimientos sucedidos en el transcurso de toda la época, influyen en la sociedad y en todos los aspectos, por ello es que se puede analizar si es realmente así y por qué.

Este trabajo será importante para los nuevos diseñadores, ya que será una fuente de información para poder ver por qué vuelven factores de una determinada época en la indumentaria y cómo puede influir también una década en toda una sociedad.

Cátedra: Marcia Veneziani

Década del 80: El brillo del escenario en la vida cotidiana

Julia Floresta, Lucila Rumi, Manuela Tornquist, Erika Weber y otros

Producción de Modas

Síntesis

A diferencia de otras décadas donde las guerras y conflictos sociales afectaban el comportamiento de las personas, los años 80 fueron mayormente influenciados por el mundo del espectáculo y de la música.

Su gran referente en el mundo de la música fue Madonna, un gran personaje hasta hoy en día.

Sus distintos estilos y actitudes resaltaron por sobre los demás. No sólo alcanzó el estrellato por su música sino que al romper con las tabúes de esa época, dio un mensaje en cuanto a la vestimenta y también en relación al culto por el cuerpo.

Hoy en día se ve la influencia de la moda de los 80 en la vestimenta urbana como por ejemplo: telas fluorescentes, encaje y los *leggings*. Lo mismo en las pasarelas: el estilo de esa década se vio reflejado en la colección de Marc Jacobs del otoño de 2009.

Conclusión

• Conclusión de Julia Floresta

Este trabajo me sirvió para aprender más acerca de la década en que nació. Antes de empezar la investigación, yo sabía muy poco sobre la moda y la sociedad de los años 80. Lo poco que conocía era a través de fotos de mi niñez y películas filmadas durante esos años. La idea que tenía era que en esa época la gente se ponía cualquier cosa, que no tenían mucho estilo y que los vestidos no favorecían a las personas que los usaban. Este trabajo cambió profundamente mi punto de vista. Nunca pensé

que la moda iba mas allá que las hombreras grandes y los colores fluorescentes. Tampoco me imaginé la cantidad de factores que habían influenciado a la vestimenta de estos años.

A medida que la investigación avanzaba comencé a entender el razonamiento detrás de los conjuntos de ropa, los mismos que antes me parecían ridículos. Mucho esfuerzo había detrás de la planificación de cada conjunto, ya sea al tratar de imitar a algún cantante famoso o al querer resaltar un estado de ánimo o condición económica.

También aprendí que durante esta época surgieron la mayor cantidad de tribus urbanas. Lo interesante es que cada una de esas tribus tenía una imagen muy definida y definitivamente distinta de las otras. Los artistas de los diferentes géneros fueron los que imponían estos estilos en la sociedad y sus fanáticos los convertían en tendencias.

Sin duda, Madonna fue la cantante que tuvo el mayor impacto con sus seguidoras. Ella fue la artista de más éxito en los ochenta. La juventud, especialmente mujeres de los 8 a 25 años, estaban obsesionadas con la cantante. Ellas querían ser Madonna y la forma mas fácil de conseguirlo era copiando la ropa que usaba.

Por lo tanto, nuestra hipótesis de trabajo: “En la década de los 80, los artistas y la música de los distintos géneros de Glam Metal, Pop, New Wave y Hip Hop influyeron en la vestimenta de los Estados Unidos, Madonna como su mayor referente”; queda comprobada.

• Conclusión de Erika Weber

Esta investigación me enseñó mucho tanto en relación con la materia, como así también a nivel cultural.

Pude ver cómo todo lo que sucede en el mundo influye en la moda, que nada es casual, que todo tiene su significado. Eso sucedió en esta investigación.

Se estudió la influencia de la música, y se pudo observar cómo ésta era la inspiración para los diseñadores de moda. Además, cómo la moda va siendo parte de la personalidad de cada uno y también que la gente se iba identificando con cierta ropa, cortes de pelo, *make up*, actitudes. Éstas se iban dando de forma masiva en la juventud de los Estados Unidos.

Al tomar como referente a Madonna para la investigación, me di cuenta como una persona llega a ser una musa para una generación en la sociedad y como fue modificando algunos aspectos en la gente de esa época.

En esa década ella tuvo varios estilos muy diferenciados y se vio cómo se fue dando ese cambio de modo gradual.

Madonna es un personaje que sigue vigente hoy en día, ya que a lo largo de todo este tiempo se fue reinventado porque adoptó muchos estilos. Hoy sigue marcando tendencias, siendo de este modo inspiración para los diseñadores.

También pude observar cómo a medida que pasaba el tiempo, ella se obsesionaba con el físico y a la vez cómo esto, se reflejó en la sociedad, en la cual también repercutió, ya que hoy en día lo más importante es verse joven.

Luego en cuanto a la moda, analizando las últimas temporadas, noté el orden cíclico de la misma, cómo todo vuelve, y también cómo muchos diseñadores importantes a nivel nacional e internacional traen de vuelta la moda de los ochenta.

• Conclusión de Manuela Tornquist

La investigación realizada me aportó en primera instancia el conocimiento de la influencia de la música en los ochenta y me amplió el conocimiento de los tipos de música que existían en esa época.

De la misma manera la relevancia y peso de una persona por sobre los estilos sociales/culturales de la época. Madonna fue esa persona, donde su imagen transgresora llamó la atención de las personas y cultivó muchos seguidores.

Esta investigación me enriqueció de mucha información acerca de Madonna que no conocía, como ser los diferentes estilos que adoptó en aquellos años, y como el cuidado de su cuerpo provocado por el *body building* influyó en la moda.

Finalizando, he concluido que Madonna fue y será un icono muy importante en la moda y en la música, gracias a que siempre dio los giros, reinventándose, para mantenerse como un modelo costumbrista.

Cátedra: Andrea Zas

Construcción de identidades sociales a través de una marca

Romina Garian, Julieta Sassone y Paula Silva

Diseño Gráfico

Síntesis

El tema del trabajo es: construcción de identidades sociales a través de una marca, desde su inicio y cómo se incluye en la sociedad de hoy en día a través de recitales, publicidades, entre otras acciones de posicionamiento.

La marca escogida es Cervecería y Maltería Quilmes. Esta empresa nació en el año 1888 en Argentina, fundada por Otto Bemberg, colaborando con el desarrollo de la zona Quilmes, Provincia de Buenos Aires.

El problema sobre el que la investigación se centrará es determinar cuáles son las distintas estrategias que utilizó la marca para convertirse hoy en día en una marca de identificación social, para una posición en la sociedad.

Hemos elegido a Cervecería y Maltería Quilmes ya que es una de las empresas más importantes de la industria de bebidas de la Argentina.

“Produce, elabora, distribuye y comercializa cervezas, gaseosas, aguas minerales, jugos e isotónicos, en alianza con empresas internacionales líderes como PepsiCo y Nestlé. La Compañía da trabajo a alrededor de 4.700 personas en forma directa, posee 10 plantas industriales y una maltería, 7 centros de distribución y cuenta con una red de más de 200 distribuidores independientes”.

Conclusión

La marca que he investigado es Cervecería y Maltería Quilmes. Esta empresa nació en el año 1888 en Argentina, fundada por Otto Bemberg, colaborando con el desarrollo de la zona Quilmes, Provincia de Buenos Aires.

El problema sobre el que la investigación se centró es determinar cuáles son las distintas estrategias que utilizó la marca para convertirse en una marca con una importante identificación social. En sus comerciales publicitarios comunica desde alegría, encuentros, amistad, hasta historias de amor.

También se posiciona a través de los recitales. Esta es otra manera de ser recordada por los jóvenes. En cada uno de los recitales invita a estrellas del rock nacional e internacional. Y como si esto fuera poco es sponsor de la selección de fútbol y de rugby.

¿Por qué Quilmes? Considero que esta empresa representa perfectamente conceptos tales como el de identidad y cultu-

ra ya que es una de las empresas con la cual el mercado más se representa.

En esta investigación hemos llevado a cabo encuestas a una muestra de 20 personas para poder identificar cuáles son las marcas mejores posicionadas. En todas las preguntas Quilmes siempre aparece y en todas las variables estudiadas obtiene resultados muy importantes. Es importante mencionar que he podido comprobar que Quilmes no es la cerveza elegida como la preferida a la hora de consumir, pero sí es la más votada y recordada por el mercado si se piensa en una marca de cervezas que sea sinónimo de encuentro, de reuniones

con amigos, de diversión, de fanatismo por los deportes más practicados del país.

Esta investigación me hizo conocer la historia de la empresa y conocer también qué opina la sociedad de la misma. Y en general las respuestas fueron las que esperaba. La empresa está muy bien posicionada pero a la hora de elegir una marca para el consumo existen otras marcas que son elegidas antes que Quilmes.

Desde ya agradezco a la profesora por haberme permitido realizar la investigación basándome en un tema de interés y que hizo que la investigación sea sumamente interesante.

Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. Primer Cuatrimestre 2009 (presentados por cátedra y por autor)

Cátedra: Laura Aguirre

El diseño gráfico y los medios promocionales de la publicidad

Mercedes Cofone y Ludmila Sierra
Diseño Gráfico

Síntesis

Esta investigación se basa en el tema: "El diseño gráfico y los medios promocionales de la publicidad".

Para poder llevar a cabo esta investigación se ha establecido una hipótesis de dos variables, la cual afirma que: dentro de los medios gráficos de vía pública, podríamos decir que los carteles semi-permanentes son los más convenientes y efectivos para la publicidad gráfica en vía pública. Y dentro del medio promocional gráfico como es el diario y la revista, podríamos decir que la publicidad es más efectiva a nuestro entender en la revista que en el diario.

Luego de haber analizado distintas bibliografías, entrevistas y encuestas realizadas podemos decir que la hipótesis fue comprobada, por lo tanto es viable.

La información bibliográfica fue organizada en el marco teórico, en el cual analizamos distintos medios promocionales gráficos de la publicidad, guiándonos con los objetivos y preguntas planteadas en los primeros pasos de la investigación.

Conclusión

Como conclusión del trabajo podríamos decir, con respecto a la hipótesis, que la misma fue comprobada mediante la bibliografía consultada, las entrevistas y encuestas realizadas.

Al comienzo de la investigación planteamos una serie de objetivos y preguntas, que nos fueron guiando para poder comprobar nuestra hipótesis.

De acuerdo con estos objetivos y preguntas, podemos concluir que los medios de vía pública (cartel de obra, semipermanente, luminoso, gigantografía y vía pública móvil) no son los más impactantes como son el diario y la revista, pero sirven para promocionar productos a corto plazo generalmente. El consumidor utiliza como medio más impactante la revista ya que es un medio masivo que tiene gran incidencia en el mercado.

En cuanto a la publicidad web, pudimos confirmar que no es efectiva ya que el navegador web no se interesa en ella, aunque está presente siempre y contenga todas las características básicas (dinamismo, color, tipografía).

Las publicidades que más impactan en el mercado son aquellas que presentan todas las características básicas. En principio la publicidad debe presentar una imagen que impacte con una tipografía sencilla y legible, complementada con un lema o marca que ayuden a la fácil y a veces rápida lectura. Además deben tener un encabezado, una correcta organización de los elementos y colores, y por último una breve información adicional para aquel consumidor interesado en el producto.

El cambio gráfico de los periódicos en los últimos cincuenta años

Sofía La Grotteria y Jazmín Llambías
Diseño Gráfico

Síntesis

La siguiente investigación está basada en el cambio gráfico de los periódicos en los últimos cincuenta años aproximadamente. Junto con las nuevas tecnologías de la época, el periódico ha sufrido transformaciones importantes como, por ejemplo, la transición de lo impreso a lo virtual. La sociedad junto con los lectores se han vuelto cada vez más exigentes ya que viven sobre informados, presos de la posmodernidad y los avances de la misma.

Este trabajo fue planteado con el fin de profundizar acerca del tema elegido. Se han realizado encuestas y entrevistas que junto con un amplio marco teórico han ayudado a formular una hipótesis para luego fundamentarla.

Lo importante de este trabajo es la seriedad con la que se trabajó, el interés por desarrollarlo y aprender más a fondo sobre el tema elegido.

Conclusión

La gráfica de los periódicos ha cambiado de una manera abismal en los últimos 50 años.

Tanto su apariencia como su contenido se han visto afectados por hechos tanto históricos como por cambios sociales. Se ha comprobado que hay una relación directamente proporcional entre la gráfica y la época. A medida que el conocimiento de la época avanza, la gráfica cambia para poder atraer a los públicos.

El cambio de la gráfica ha favorecido a los periódicos, ya que si ésta no hubiese ido avanzando a la altura de la tecnología y la sociedad, los públicos hubiesen perdido el interés y los periódicos, ya no hubiesen sido una de las principales fuentes de información del día a día de la sociedad.

El formato del periódico en general se ha ido desvirtuando con la globalización y la llegada de nuevas tecnologías e Internet. Todo lo que una vez había sido papel se transformó en virtual. Surgieron portales *on-line* y los periódicos no tardaron en aparecer en ellos.

De esta manera, los periódicos junto con sus gráficas se fueron adaptando a los cambios de la sociedad y del mundo en general para ponerse a la altura necesaria y no quedarse atrás. Claramente se corrobora nuestra hipótesis ya que aunque los diarios impresos siguen siendo utilizados por mucha gente, los periódicos digitales se han tomado una amplia ventaja satisfaciendo al público de una mayor manera ya que con su tecnología y sus nuevas técnicas de diseño son más eficaces.

La evolución de las publicidades gráficas de cigarrillos y su relación con los consumidores

Melisa Mastrogiacono y Melisa Stig
Carrera: Diseño Gráfico

Síntesis

El tema de la investigación realizada fue la evolución en las publicidades gráficas de las marcas de cigarrillos Marlboro, Lucky Strike y Camel y su relación con los consumidores.

Se afirmó que los recursos en las gráficas no influían en los consumidores de cigarrillos ya que los mismos tenían en cuenta otros parámetros, como el sabor y el precio, para realizar la elección de la marca.

Para llevar a cabo la investigación se realizó un trabajo de campo, que constó de una serie de encuestas a adolescentes y dos entrevistas a profesionales universitarios.

Las encuestas consistieron en doce preguntas, que básicamente apuntaban a conocer la marca que consumía cada encuestado, su interés por las gráficas publicitarias y si las mismas afectaban su elección en la marca.

Las entrevistas fueron dos. La primera fue realizada a Patricia Ortiz, Licenciada en Diseño Gráfico egresada de la Universidad Nacional de Córdoba, y el objetivo de la misma fue conocer los recursos gráficos que se utilizan para persuadir al consumidor.

La segunda entrevista fue realizada a Tomás Dreyfuss, Licenciado en Psicología egresado de la Universidad John F. Kennedy, con el objetivo de conocer las características comunes en los consumidores de tabaco y el poder de impacto que en ellos tienen los recursos visuales.

A partir del trabajo mencionado, amparado por una investigación bibliográfica previa, se obtuvo la información necesaria para llegar a la conclusión final en relación con la hipótesis.

Conclusión

A partir de lo investigado, se pudo afirmar que la hipótesis planteada presenta diversas irregularidades, y para su explicación será necesario exponer las variables de manera separada.

La primera variable, que afirmó que se habrían tenido en cuenta los principios de la posmodernidad en las publicidades gráficas de cigarrillos para llegar al consumidor podría ser corroborada, ya que el contexto histórico en el que se sitúa una época claramente influye en la publicidad.

En cuanto a la segunda variable, la misma presenta más matices respecto a su análisis. Por un lado, se podría corroborar que los consumidores tienen en cuenta el sabor del cigarrillo para elegir la marca. Sin embargo, se refuta el hecho de que los mismos consideren el precio de la marca a consumir.

Por otro lado, la afirmación que establece que las personas no tienen en cuenta las estrategias publicitarias gráficas utilizadas por las distintas marcas presenta una contradicción, ya que a pesar de que el 100% de los encuestados dicen ignorarlas y que éstas no influyen en su hábito de fumar, las publicidades (de Marlboro en mayor porcentaje) son recordadas por la mayoría, y a su vez, Marlboro es la marca más consumida por ellos. Por lo tanto, se podría afirmar que existe un patrón que de manera indirecta está instalado en la mente del consumidor y lo persuade a frecuentar la marca.

Esta afirmación es amparada por lo aprendido a raíz de las entrevistas a los profesionales.

Por lo tanto, la hipótesis de investigación es refutada, ya que no se verifican las variables en su totalidad.

Cátedra: Diana Avellaneda

Los estereotipos afroamericanos en los cartoons y su influencia en los niños

Gabriela Baisells

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

Según estudios realizados por la Organización Mundial de la Salud (OMS), la psicología de los personajes en *cartoons*, más conocidos como dibujos animados, tienen una gran repercusión en las actitudes y pensamientos de los niños ya que es el medio con el que más contacto diario de los chicos de entre 4 y 9 años de edad.

Tres investigaciones de la Universidad de Granada se han centrado en analizar el papel educativo que juegan en la infancia los cuentos infantiles, las series de dibujos animados en televisión y las películas infantiles del cine. Todas toman como objeto de estudio, entre otros tópicos, los estereotipos y roles que se reflejan en estos formatos y la influencia que esto puede llegar a tener en los niños. En éste participan tres profesores de la Universidad de Granada: Pilar Casares, profesora titular del departamento de Pedagogía; María del Carmen Hidalgo, profesora del departamento de Dibujo de la Facultad de Bellas Artes y Jesús Pertíñez López, profesor de Dibujos Animados e Ilustración Científica de la Facultad de Bellas Artes.

En el presente trabajo se desarrollará de qué maneras afecta la visión de los niños y en qué programas son utilizados con mayor frecuencia.

Conclusión

Luego de haber analizado los videos y de haber investigado sobre las formas de afectación en los niños se puede deducir que estos actos de discriminación quedan retenidos, de una manera u otra en el inconsciente colectivo de los niños y de esta manera llegan a momentos de discriminación entre compañeros u amigos. No sólo los afecta en la visión de los afroamericanos sino que también en el estereotipo de por ejemplo, personas asiáticas. Estos personajes aparecían en mayor medida para causar comicidad o para mostrar las cosas malas que tiene cualquier sociedad.

Actualmente estas caricaturas fueron prohibidas y la tendencia a utilizar personajes afroamericanos actualmente no es para mostrar actos de inferioridad ni de discriminación sino para mostrar la diversidad de razas y culturas.

En los *cartoons* actuales, se muestran otras actitudes en los personajes de dibujos animados, que quedan retenidos en el subconsciente de los niños y los afectan a largo y a corto plazo, como por ejemplo son los Powers Rangers o Pokémon que hacen que los niños sean más violentos, ya sea para con su familia, compañeros, vecinos.

“Pokemon es un mensaje de hiperagresividad. Cualquier niño se afecta y se vuelve agresivo y no pueden autocontrolarse. Igual al Nintendo, al Play Station y Game Boys diseñados para hombres sin la presencia de la mujer. Las mujeres aparecen con dos grandes pechos y después agresivas como los hombres”. Afirma el especialista en niños de edad temprana Tomás Riverson.

Los niños nacen y crecen más consumistas al ver la programación que aparece en canales como Jetix o Cartoon Network. La mayoría de los *cartoons* que poseían actos de violencia

fueron censurados y dejaron de emitirse o bien cambiaron el papel del afroamericano.

Surrealismo y moda

Florencia Bertolini

Producción de Modas

Síntesis

Esta investigación trata sobre la moda y el surrealismo, un tema que no fue muy tratado ya que no hay muchos exponentes surrealistas influyentes en la moda hoy en día.

En este caso elegí a Elsa Schiaparelli, ya que fue, como ella le gustaba que la llamaran “modistartista”. Acompañada de artistas como Dalí, Man Ray y otros pintores pudo llevar este movimiento a la moda.

En el trabajo se verá una serie de trabajos de campo y observaciones estadísticas que nos darán a conocer, la influencia del movimiento surrealista en la moda actual.

En la investigación se pudo corroborar que este movimiento al no ser tan común a las personas de la actualidad, cuesta arriesgarse a usar la ropa con tendencia a ser “surrealista”.

Pero de a poco se ve cómo la gente va aceptando estas tendencias, ya que cada vez más el surrealismo como moda, se ve en las calles de las ciudades cosmopolitas.

Conclusión

Vemos que hay una ligera influencia del surrealismo en la indumentaria de hoy. La influencia en la indumentaria está, pero lo que no está, es la fusión de estas prendas con las personas, la gente no se anima a usar cotidianamente y en cantidad las prendas con estos diseños.

Así que en conclusión, Elsa está presente hoy en día con sus alocados diseños, sólo hay que motivar a la gente, así éstas contribuyen a este vínculo que hoy en día no está tan promovido que es el de la moda y el surrealismo.

Personajes afroamericanos en dibujos animados

Melina Belén Lupinacci

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

A lo largo de la historia de la humanidad en el mundo entero la discriminación racial ha sido una problemática que el hombre sufrió, pero estuvo dispuesto a solucionar y cambiar para que las sociedades puedan integrarse y haya igualdad en todas las poblaciones.

En el presente trabajo investigamos el cambio de estereotipo de los personajes afroamericanos presentes en los dibujos animados, y que en la actualidad ese estereotipo depende del concepto y nivel de aceptación que la sociedad tiene hacia la población afroamericana.

Analizaremos algunos ejemplos de dibujos animados que tengan presente personajes afroamericanos y claramente muestren el estereotipo que refleje cómo la sociedad los trata en la realidad.

Conclusiones

Se puede concluir, a partir del material encontrado y analizado desde los años '30 a la actualidad, que el estereotipo de los personajes con descendencia afroamericana que aparecen en

algunos programas de dibujos animados son mostrados en base a cómo la sociedad trata al afroamericano en el momento. A comparación de hace aproximadamente 60 años, donde los personajes con esa descendencia en los dibujos animados eran mostrados como inferiores en el aspecto socio-económico, en la actualidad ese estereotipo ya no es mostrado de tal forma, es decir que son mostrados con, en lo posible, el mismo nivel de vida que el resto de los personajes del programa. También algunos de estos son profesionales (como el doctor Hibbert de Los Simpsons), mostrando igualdad de capacidad de todas las sociedades, principalmente de la sociedad afroamericana. Por otro lado, hay personajes afroamericanos que en algunos dibujos animados forman parte de un grupo de superhéroes, en otros el personaje muestra mucha capacidad intelectual (como A.J de Los padrinos mágicos).

En fin, el estereotipo de los personajes afroamericanos en los dibujos animados ha ido cambiando con el tiempo, dejando de lado la discriminación racial de los mismos y mostrando más integración e igualdad de las sociedades.

Chanel N° 5, un perfume revolucionario

Sofía Polo

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

Chanel N° 5 fue creado en 1921 y es el perfume más vendido en el mundo. Es todo un ícono internacional del clasicismo y sinónimo de buen gusto y elegancia. Es el primer perfume que mezcló esencias de flores con aldehídos, sustancias obtenidas por síntesis química que dan a las materias primas naturales mayor ligereza.

El aroma de Chanel N° 5 es una composición de flores a base de pétalos de rosas de mayo, jazmín de Grasse y notas de madera de sándalo, vetiver y vainilla.

Coco Chanel no quería un perfume que evocara una sola flor, prefería algo más “artificial”, una composición más elaborada, por eso, el perfumista Ernest Beaux empleó en esta fórmula mágica de aldehídos obtenidos por síntesis química, es descubierto y utilizada desde finales del siglo XIX, y que subliman de una forma única las notas más embriagadoras de las flores. El nombre “número 5” se debe a que era el número favorito de Coco.

Chanel N° 5 acabaría convirtiéndose en uno de los símbolos del siglo XX, en 1959, gracias a la estética perfecta de su frasco, Chanel N° 5 entró a formar parte de la colección del Museo de Arte Moderno de New York. Poco después, Andy Warhol immortalizó su frasco en una serie de nueve serigrafías. Recomendado para uso durante la noche como la leyenda “Marilyn”.

Conclusión

Chanel revolucionó la moda en todas sus dimensiones, pues el perfume como accesorio imprescindible, cobró importancia y trascendencia.

Las mujeres a través del tiempo, se identifican con su nombre, su estilo y su fragancia Chanel N° 5, tan particular, vivaz, femenina y sensual.

Perfumes deportivos Adidas

Sofía Ponti

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

En una era en la que el lanzamiento de una fragancia es un evento deslumbrante, en la cual muchas celebridades han optado por crear su propia fragancia, llamándola con su nombre (como Paris Hilton, Britney Spears, Antonio Banderas, Jennifer López, etc), la industria del deporte no se ha quedado atrás. Clásicas marcas como Adidas, Nike, Reebok o Puma, han ampliado su mercado de ropa y zapatillas para deportistas, con líneas de ropa urbana, seguida de relojes, carteras y, últimamente, fragancias.

En este trabajo se analizarán las fragancias masculinas de Adidas, la prestigiosa marca alemana. Se realizará con el fin de determinar qué tipo de fragancias son y qué resultado le han dado.

Se comenzará la investigación con una descripción general de la marca.

Conclusión

Luego de analizar los datos recopilados, en su totalidad extraídos de Internet, se ha llegado a categorizar los perfumes Adidas: son fragancias masivas, (generalmente frescas, amaderadas y florales), cuyos productos son de alta calidad en un rango de precio de moderado a bajo; el perfil de sus usuarios sería de hombres urbanos, deportistas y de buen vestir, para los que el ejercicio forma una parte fundamental de su vida, abiertos a las novedades y espontáneos.

De esta forma, las fragancias Adidas son una extensión de la amplia gama de productos que la marca ofrece. Fueron creados para atraer aún más a los consumidores, brindándole productos tan necesarios como lo son los de cuidado personal, siguiendo la temática y cosmovisión que la empresa evoca.

Dicho todo esto, se procede a la formulación de la hipótesis de la investigación.

Cátedra: Clara Beverini

Diseño web

Karla Dreyer y Lucas Quiroga

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

En el desarrollo de los capítulos se podrá ver el resultado de nuestro proceso de investigación acerca del diseño web.

Usted va a encontrar la información necesaria para desarrollar un sitio web eficaz y exitoso.

Se muestra cómo se desarrolla un sitio web, ¿Cuáles son los pasos a seguir?

Luego se hace un enfoque al usuario y cómo el diseño se centra a comprender las actitudes del usuario, comprender sus necesidades y qué tipos de usuarios existen.

Para continuar enfocándonos en el usuario que es quién va a ser nuestro cliente, estudiamos la evolución del perfil, del llamado "Usuario 2.0".

Se habla de captar su atención y lograr que el contenido o los servicios que ofrecemos inunden sus pantallas adquiriendo el conocimiento de sus necesidades, capacidades y posibilidades, para lograr satisfacerlas de este modo.

Al finalizar el trabajo se pueden ver las conclusiones personales acerca del tema de investigación y la bibliografía utilizada.

Conclusiones

• Conclusión de Lucas Quiroga

Al finalizar este trabajo de investigación acerca del diseño web, logramos entender uno de los puntos claves para el desarrollo de un sitio que es enfocarse en el usuario. El negocio hoy en día está enfocado a la Web 2.0, en la interactividad con el usuario a través de interfaces de fácil uso.

El diseño web busca algo simple que el usuario pueda entenderlo y usarlo de manera rápida y efectiva.

Los software de hoy en día son de mucha importancia ya que son la última tecnología y bien utilizados, pueden resultar grandes sitios.

• Conclusión de Karla Dreyer

Después de realizar la investigación llegamos a la conclusión que el usuario juega un papel imprescindible en el diseño web.

La Web 2.0, que es la actual, depende de los usuarios, de lo que quieran comunicar y los intereses de éstos; por lo tanto el diseño debe estar enfocado en ellos, en sus intereses y necesidades.

La importancia del color en la moda

Andrea Goggia

Diseño Gráfico

Síntesis

El presente escrito aborda, desde las generalidades, y luego desde un punto de vista más profundo, la temática de la moda y el color. Para entender desde donde se parte, se fijan algunas definiciones conceptuales desde un principio y a partir de allí se despliegan una serie de temas que aportan datos significativos. La monografía no sólo se introduce en el universo de la moda y su relación con los colores, sino que además ahonda conocimientos sobre las personas y procesos industriales que viven, cual satélites, alrededor de la misma, como los diseñadores, los talleristas, la confección, la sociedad, los uniformes. Se da, además, un panorama histórico y social de los comienzos de la actividad, otorgando al lector un conocimiento importante como base para toda la lectura. En la moda, como en toda actividad social que se estudia o se intenta conocer, es importante contextualizar y acotar las circunstancias históricas en las cuales se desarrolló, para entender las causas y las consecuencias de su crecimiento o devenir. Al finalizar la lectura del documento, el lector podrá reconocer los procesos industriales que rodean a la moda, su relación con los colores, el contexto histórico en el cual nació, las tendencias de su presente y el futuro de su desarrollo.

Conclusión

Desde el comienzo de este proyecto, ahora plasmado en una monografía, he pasado por diversos estadios, algunos de los cuales presentaron dificultades que tuve que superar. Desde el proponer un tema hasta la investigación en sí misma fueron todos pasos que llevaron un tiempo de idealización, conceptualización y producción. En mi caso, haber encarado desde cero una investigación me hizo conocer y adquirir cierta experiencia en el armado de un texto de este formato. La manipulación de fuentes y datos, la organización de los

elementos, la búsqueda de diferentes opiniones para darle solidez al escrito, fueron circunstancias que dejaron en mí un nuevo aprendizaje. Desde ya espero que el resultado refleje mi esfuerzo y que el trabajo haya hecho un aporte significativo para todos aquellos que algún día requieran información o una introducción a la moda y su relación con el color.

Cánones de belleza

Guillermina Lafourcade

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

El trabajo trata sobre el papel que ocupa la industria de la indumentaria como formadora de los cánones de belleza. Y, a su vez, cómo estos cánones influyen en los trastornos alimenticios de las mujeres jóvenes.

Para vincular a la industria indumentaria con la formación de una idea de belleza, y a su vez, si los trastornos alimenticios pueden surgir a partir de la relación entre los mismos, es necesario hablar de la conocida “Ley de Talles”, de la relación de la industria indumentaria con los medios de comunicación y acerca del imaginario social.

Los cánones de belleza del presente se relacionan con estar delgada y siempre joven, la “Ley de talles” podría disminuir la cantidad de chicas que comienzan con sus trastornos alimenticios, al sentir que no hay ropa adecuada para ellas.

Sin embargo este problema no se soluciona si no es de raíz, cambiando el concepto de belleza que tenemos.

Conclusión

Como conclusión se puede arribar a que los cánones de belleza no son estáticos, algo fijo a lo largo del tiempo. No es igual lo que era considerado bello hace 5 siglos, que lo que es bello en la actualidad. Ya que el imaginario social va cambiando a lo largo de las épocas y también es distinto en diferentes lugares.

La mayoría de la gente desde siempre ha querido alcanzar esos ideales, sacrificando un montón de cosas en pos de conseguir parecer a ese ideal. Lo que no se tiene en cuenta es que es un ideal, existe en el pensamiento, en las creencias, no es una verdad absoluta y no se gana nada con intentar ser más bello. Uno es como es y lo principal es aceptarse y aceptar a los demás. Tratar de juzgar lo menos posible, para que otros no lo hagan con nosotros.

La moda genera los cánones de belleza, la publicidad difunde ese ideal, la industria textil no genera ropa para gente diferente y esto es un círculo vicioso que se retroalimenta y que perjudica en la autoestima de mucha gente, en la salud y en el bienestar, sobre todo de los adolescentes que son los más inseguros.

La ley de talles fue un intento por apaciguar un poco uno de los factores que afectan más a las personas, que es el no encontrar ropa que le quede bien.

No se puede decir que los trastornos alimenticios sean responsabilidad de los diseñadores, es culpa de toda la sociedad y de nuestra cultura. Pero si por parte de la industria de indumentaria y de los medios no se hace algo por cambiar esto se convierten en cómplices.

Como todas las leyes, la ley de talles debería cumplirse pues de ese modo la situación mejoraría notablemente. De todas formas, mientras no se tomen medidas con respecto a las publicidades, se controle el contenido de los mismos y la so-

ciudad continúe teniendo un ideal de belleza tan marcado que no dé lugar a la diferencia, el accionar y gusto de la gente no va a cambiar.

El paso del cine mudo al sonoro

Diego Horacio Marzalletti e Ignacio Manuel Veloso

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Desde los hermanos Lumière y el cinematógrafo, hasta el espectáculo de Georges Méliès, y del último al discurso cinematográfico de Griffith, del *Acorazado Potemkin* a *El Cantante de Jazz*, desde la primera película con sonido al presente.

La historia del cine se parte en dos: antes del sonido, después del sonido. Porque el cine se pensaba de una forma, se concebía de una manera y desde que el sonido llegó, se debió comenzar de cero y reconstruir ese lenguaje y esa forma de representación.

De eso se trata esta investigación. Descubrir cuáles fueron los sucesos más importantes en el cine a raíz de la llegada del sonido.

Ayudarnos a encontrar las respuestas sobre las ventajas y desventajas del paso del cine mudo al sonoro.

Conclusión

Creo que fundamentalmente, en mi opinión, el sonido no fue la causa primordial de esa pérdida de “arte”, y tampoco creo que se haya perdido del todo, sólo que una industria, que en los últimos años mueve sumas millonarias termina por centrar su enfoque en aquello que genere dinero. Esto sólo permite una industria manejada por los grandes estudios impuesta y personas con grandes ideas, innovadoras que tal vez intenten retomar las riendas que en algún momento de la historia se han soltado, queden sin recursos para darle un enfoque diferente al cine. No estoy en total discordia con las películas actuales, pero creo que se podría abrir un poco más el abanico de géneros y permitir el ingreso de nuevas y viejas ideas, educar a los nuevos espectadores y mostrarles que el cine no es sólo efectos especiales y desarrollo de salas con audio cada vez más ensordecedor, inclusive a mí me sirvió para descubrir facetas del cine que hoy en día es muy difícil de acceder por el poco respeto y cuidado en las cuales son conservadas. Pero como dije es algo que tal vez nunca suceda.

El sonido fue una herramienta más, algo que lógicamente causó gran impacto en la época, pero fue aceptada y utilizada por la gran mayoría de aquellos astros del cine, algo que tarde o temprano se iba a terminar dando, además el cine ya tenía una cierta madurez y tanto actores como directores ya venían preparándose para un cambio tan grande como supuso la aparición del sonido.

Tal vez en años posteriores el cine nos sorprenda con nuevas apariciones tecnológicas pero dudo seriamente que generen algo tan significativo como fue el sonido en aquella época.

Música en Internet

Juan Cruz Villa

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Mi trabajo de investigación se basó en desarrollar un tema

actual, como la piratería y la descarga ilegal de música y software de Internet, focalizado puntualmente en el caso de la música. Se desarrolló desde el nacimiento de Internet y su crecimiento, con la posterior aparición de redes de descarga y redes sociales, para entender el contexto en el cual se da esta problemática. También intenté abordar temas como la problemática legal, la legislación y las medidas políticas y jurídicas que existen sobre el tema, y el accionar de las empresas discográficas. Para esto aporté cifras y estadísticas sobre el tema y ejemplos puntuales de casos, en nuestro país y a nivel internacional.

Por último, intenté aportar la visión del músico para poder diferenciar las diferentes facetas del problema, y realizar una conclusión más completa.

Conclusión

Luego de investigar el surgimiento y el funcionamiento de las redes de intercambio, de ver casos y ejemplos del tema y de profundizar en la legislación de nuestro país y de algunos países del mundo, he llegado a la conclusión de que es prácticamente imposible en este momento entablar una lucha justa contra la piratería.

El constante crecimiento de los medios de comunicación y el desarrollo de la tecnología hace que cualquier persona tenga acceso a todos estos recursos, y el hecho de que estas redes sean tan masivas hace muy difícil la lucha legal en contra de sus usuarios o beneficiarios.

Muchas bandas y agrupaciones han decidido tomar acciones por su cuenta, como proponer la venta (más económica) de sus discos en Internet y hasta ofreciendo que el usuario les ponga el precio que les parezca. Este fue el caso de la banda inglesa Radiohead, con su disco *In Rainbows*, en el año 2007. Mi conclusión con respecto al mercado de la música y del negocio que ésta representa, es que el cambio de la tecnología está poco a poco transformando al mundo de las discográficas. Hoy en día el negocio de la venta de discos está deca- yendo enormemente, y las compañías están comenzando a buscar el negocio o el beneficio de otra manera. El negocio de la música va a cambiar, y se buscará el ingreso de ganancias por medio de la producción de shows y la implementación de publicidad y *sponsors*.

Viéndolo desde el punto de vista del artista, la problemática es grave, ya que los músicos no tienen protección y se están violando sus derechos de propiedad intelectual. Para muchos músicos Internet resulta un beneficio para poder difundirse y darse a conocer, pero también es una realidad que sus ingresos se disminuyen por culpa de la piratería.

Cátedra: Marcelo Bianchi Bustos

La marginalidad: travestis

Natalia Blaustein

Licenciatura en Relaciones Públicas

Síntesis

Cuando el profesor planteó en la clase temas de investigación y tomé nota de cuáles serían las opciones, no dudé ni un segundo, travestis.

Mi tema a investigar sería la marginalidad, los travestis, el llamado "Tercer sexo"¹ como una forma de "catalogar" o "empadronar" que tienen los argentinos.

El objetivo de esta investigación va más allá de esto, intentaré plasmar en un ensayo la actitud de los travestis con el mundo, y a su vez, la actitud del mundo con los travestis.

Afortunadamente un año atrás, pude participar de un evento muy importante a nivel mundial. En el mes de julio en Madrid, todos los años se celebra la fiesta del orgullo gay, convocando millones de personas de todo el mundo a desfilar por la Gran Vía sin inhibiciones ni complejos.

Paradójicamente en la Ciudad de Buenos Aires, existe un código de Convivencia Urbana² sancionado en el año 1998, que hizo desaparecer figuras tales como prostitución, vagancia y mendicidad y las detenciones preventivas en materia contravencional. ¿Hubo que sancionar una ley para que regulen los excesos de la discriminación? Claro está que eso sólo no alcanza.

La investigación entonces se llevará a cabo con el fin de analizar el avance de los travestis en la sociedad argentina. Cómo lograron ir ganando un lugar, o intentar con tenacidad cambiar su identidad.

Haciendo un poco de historia, el género travesti aparece por primera vez en el campo de las ciencias médicas, a mediados del siglo XX, en un intento de explicar y echar luz sobre ese conjunto de prácticas anómalas reunidas bajo el nombre de "aberraciones sexuales", dentro de los cuales estaba el travestismo³.

El tercer sexo intenta ocupar un lugar protagónico en la Argentina y mi trabajo será entonces analizar el camino transitado

Conclusión

Luego de trabajar tres meses en este proyecto de investigación puedo decir que logré obtener muchas conclusiones respecto de la marginalidad y los travestis.

Muy distinto es cómo se vive la marginalidad desde afuera hasta que uno se sumerge en el submundo. Hay tantas verdades ocultas detrás de la marginalidad. Hay tantas historias escondidas que nunca saldrán a la luz.

Porque en una sociedad como la nuestra, lo que vende es lo bizarro, lo natural no. Entonces una elección distinta debe mostrarse como un espectáculo, no como un modo de vida. Y aquí es donde se levantan los telones y vemos en escena personas, seres humanos, como yo, como el lector de este ensayo, que independientemente de cuál es su cultura, su creencia seguramente cree en la vida, como derecho esencial.

Y la Argentina ha transitado años oscuros, en donde la vida no valía nada, y menos valía si pensabas o actuabas distinto. Y llegó la democracia, con una luz de esperanza de cambio. Ya pasaron más de 20 años y muchas cosas cambiaron, pero tantas otras quedaron igual.

La labor de la CHA, es indiscutible, un trabajo de hormiga por lograr igualdad de derechos, por conseguir un lugar en el mundo. En este mundo que a la hora de levantar el dedo y señalar no se queda atrás.

Sería interesante que no se levanten más los dedos para señalar y sí unamos la manos y todos juntos tomemos el tema de la discriminación como una pelea. Una pelea por tener un mundo mejor para todos.

Notas

1 Gilbert Herdt: Antropólogo y especialista en la sexualidad humana (1996) Tercer Sexo, Tercer Género, más allá de lo sexual.

2 Sancionado por la Legislatura Porteña en Marzo de 1998.

3 Donna Haraway Nació en 1944 en Colorado. EE. UU Se graduó en

Zoología y Filosofía el año 1966 en The Colorado College obteniendo la Beca Boettcher Foundation. Vivió en París un año estudiando filosofía de la evolución con una Beca Fulbright, antes de completar su Ph.D. (Doctorado) del Departamento de Biología de Yale en 1972. Escribió su Tesis sobre las funciones de la metáfora en la configuración de la investigación en biología del desarrollo en el siglo XX.

Graffitis en las calles

Danila Cachiarelli

Licenciatura en Relaciones Públicas

Síntesis

El trabajo está realizado sobre los graffiti en las calles, explicando sus inicios y antecedentes para poder comprender qué es y qué no es un graffiti; como así también esta diferenciación ayuda a comprender el por qué de dicho arte y los diferentes estilos que surgen a lo largo de su aparición desde los 70 hasta la actualidad, pasando por lo que fue su auge, declive y nuevo surgimiento. También se ejemplifican las distintas morfologías mediante fotos tomadas en el barrio de Palermo. Pero el objetivo principal del trabajo es saber si es un arte o un medio de protesta, o si estas dos cosas pueden ir de la mano y se puede protestar por medio del arte.

Conclusión

En sus antecedentes, los graffiti eran utilizados para diversos fines: ideas políticas, expresión de ideologías. Pero lo que hoy en día llamamos graffiti nació como una marca personal para poder decir “yo estuve aquí”. Evolucionaron y con la aparición de nuevos materiales como los aerosoles, se empezaron a hacer formas y dibujos más complejos e imponentes, con colores y diferentes estilos.

Ellos lo convirtieron en un arte, y quienes realizaban graffiti como protesta, tomaron ese arte lleno de color, nuevas letras y complejidad para darle vida a sus ideas. Es por eso que hoy en las calles encontramos todo tipo de graffiti. Algunos decoran alegremente las paredes, otros son las simples expresiones y otros mezclan el arte con la protesta, consiguiendo un mayor impacto visual en las expresiones de unos y un carácter crítico en los dibujos de otros.

El tango y la ciudad

Sandra Fretes

Diseño Gráfico

Síntesis

La importancia de trabajar sobre “El tango y la ciudad” se encuentra en saber cuál es la relación existente entre estos dos. Tanto el tango como la ciudad, son grandes reproductores de los sentimientos del hombre. El tango, por un lado, originado popularmente, es la expresión de una filosofía de la vida, es el intérprete de nuestra historia urbana plasmada de triunfos y fracasos, miserias y alegrías. La ciudad, por su parte, es el lugar físico en donde se producen los encuentros y desencuentros que luego el tango se encargará de transmitir rememorando nostalgias y sueños atesorados.

A lo largo de esta investigación se intentará fundamentar estos temas de manera más detenida y profunda.

El objetivo general de la investigación es conocer en profundidad la complementación entre el tango y la ciudad. Los ob-

jetivos específicos son, por su parte: indagar sobre la relación entre el tango y la ciudad; conocer la historia donde éstos se relacionan; y, estudiar cronológicamente cómo el contexto social acompaña al desarrollo del tango.

Conclusión

Es difícil establecer las diferentes etapas por las que pasó el tango, ya que si nos detenemos a estudiar cada letra, notaríamos que su historia es progresiva y regresiva en un mismo período, conjugada con la historia social de la ciudad. Ya que las crisis y regresiones son las mismas que sufrió la mismísima Argentina a lo largo del siglo XX.

El cambio colateral de la ciudad de Buenos Aires, la nostalgia de la patria lejana, el resentimiento de los nativos contra la invasión, la sensación de inseguridad en un mundo que se transformaba de una manera bastante acelerada, el no encontrar un sentido seguro a la existencia. Todo eso se manifestaba en las letras de este género que llamamos tango que sentimos netamente argentino.

Por eso es que se puede decir que cada ciclo de la evolución tanguera está marcado por modalidades tradicionalistas e innovadoras que se corresponden con las características del contexto en el cual se crearon.

El Tango desentraña nuestra condición humana revelando el espíritu porteño. Da una definición psicológica de cómo es el argentino, qué piensa, qué siente y cómo reacciona ante lo que él interprete como una situación injusta o una situación favorable. Es un reflejo del hombre argentino.

La ciudad por su parte, es un telón de fondo y realidad cotidiana donde suceden todos los acontecimientos que nos llevan a la interacción, sea con otras personas, o con objetos de valor afectivo.

Cátedra: Florencia Bustingorry

Discapacidades en relación al turismo

Franco Conticello y María Belén López

Licenciatura en Turismo y Licenciatura en Hotelería

Síntesis

A lo largo de esta investigación trataremos la relación entre la obesidad mórbida como discapacidad y la discriminación en el turismo que esta conlleva. Intentaremos introducirnos en el tema para llegar a familiarizarnos con él, teniendo en mente nuestro objetivo que es llegar a encontrar una solución a este problema.

Algunas de las preguntas que nos hacemos para llevar a cabo esta investigación son; ¿El turismo está preparado para las personas discapacitadas? ¿Qué tipo de comodidades tienen para ellos? ¿Las personas obesas viajan menos que las que no padecen esta enfermedad? ¿Por qué los obesos necesitan otro tipo de comodidades?

Una persona con obesidad mórbida está obligada a pagar doble tarifa en los viajes de avión porque su cuerpo es más grande que los asientos estándar.

Estas personas además de enfrentarse en el día a día con varios problemas debido a sus condiciones físicas, siendo su mayor problema la discriminación. Pero encima al decidir tomarse vacaciones se enfrentan con el dilema de tener que pagar doble tarifa. Aunque no sólo los obesos sufren de

este problema, ya que generalmente cuando se le asigna un solo asiento su ladero se ve afectado por sus dimensiones corporales.

La discriminación e injusticia que debe vivir una persona con obesidad es un problema contemporáneo que sigue en vigencia y sin embargo se ha avanzado muy poco para solucionarlo. Unas de las soluciones tentativas que le podemos atribuir al problema de la obesidad en el turismo, sería poner secciones de asientos especiales en los aviones para personas con obesidad, o en su defecto, asignarles *extra-seat* sin cargo adicional en vez de obligarlos a pagar doble tarifa para algo que ya de por sí es un gasto importante, pero pareciera ser que llevar a cabo esta acción es más difícil que lograr que los obesos mórbidos paguen un solo boleto, entonces nos encontramos con un problema bastante complejo y rico en opiniones que genera debates interminables.

Conclusión

Luego de realizar esta investigación, nos parece necesario que todas las personas, tanto las sanas como las discapacitadas, estén conscientes de las cosas que suceden a su alrededor para poder así luchar contra la injusticia y poder vivir en un lugar mejor, libre de discriminaciones donde todas las personas sean tratadas con igualdad. Afortunadamente para los obesos las cosas están mejorando, ya que finalmente se ha aprobado la ley que los considera discapacitados, poco a poco se irán modificando o creando las infraestructuras, instalaciones y servicios necesarios para su comodidad. De esta manera podrán tener algunos beneficios y no podrán ser injustamente discriminados por las empresas de turismo. Hacer esta investigación nos abrió los ojos con respecto a las personas que sufren obesidad, no lo veíamos tanto como un problema, y ahora vemos claramente que sí lo es. Las injusticias que deben soportar a diario, el maltrato y la humillación social es alarmante, más que nada por el tema del turismo. Debe ser muy frustrante tener que pagar doble asiento por tener una enfermedad, debería ser al revés. Pero bueno, en conclusión, nos abrió mucho los ojos con respecto a las discapacidades y enfermedades, fue fructífera para alimentar nuestra curiosidad sobre el tema que tratamos.

Situación laboral de los hoteles de Puerto Madero

Mariana Zurich y otros

Licenciatura en Turismo y Licenciatura en Hotelería

Síntesis

Los factores a la hora de la selección de los empleados de los hoteles en Puerto Madero, es un tema que llama mucho la atención a todos los estudiantes de las carreras de Hotelería y Turismo porque en este barrio de la ciudad de Buenos Aires se encuentra el mayor número de cadenas hoteleras de primera categoría del mundo y el país. A las cuales cualquier egresado quisiera pertenecer, no sólo por el factor económico es decir por las buenas referencias que adquiere su currículum sino por la experiencia que se puede adquirir trabajando en alguno de estos lugares.

Por eso siempre hay que tener muy presente qué piensan, buscan y quieren los departamentos de Recursos Humanos en representación de las necesidades de las compañías, para contratar a alguien que desee desempeñar un cargo dentro de uno de sus hoteles.

Entonces investigando en profundidad el tema de ¿cómo seleccionan el personal para un hotel de 5 estrellas? Nos damos cuenta, que antes de tener una característica física especial o de poseer un alto nivel de estudios, al llegar a una primera entrevista, a la cual previamente fue seleccionado y llamado, el aspirante debe tener una presentación personal excelente, prolija y que esté acorde con el puesto al que va aplicar.

Luego el representante del departamento de recursos humanos comienza a formular ciertas preguntas que lo ayuden a conocer a la persona tanto en su vida personal, profesional como en lo laboral y le ayude a sacar sus propias conclusiones, para saber si el aspirante es lo que busca y necesita el hotel y así poder finalmente contratarlo o no.

Conclusión

Lo que podemos decir, es que en realidad cada persona entrevistada, tuvo similares respuestas. Si bien no fueron todas iguales, hay algunas que se asemejan bastante. Entrevistamos a una gerente y a varios empleados, lo que todos nos dijeron fue que el hotel Faena era una maravilla, que los empleados, los gerentes eran como una familia.

En todos los casos, a la hora de la entrevista laboral se tuvo en cuenta la presentación. Nos parece que la primera impresión es la más importante, más allá de lo que se vaya a decir durante la reunión de trabajo.

Nos pareció importante que además del aspecto con que se presenta una persona, durante la entrevista, hay que destacar las experiencias laborales que los futuros empleados tuvieron, ya que esa va a ser la base de la contratación, mas como se desenvuelvan durante la charla, y otros factores que van a depender de la persona de recursos humanos que esté realizando la entrevista.

Otra cosa que nos quedó en claro, es que en el hotel, no espera que una persona que se presenta para desempeñar un puesto en la cocina lleve un traje, pero que si tuviera un aspecto prolijo. En el caso de una persona que pretende ser recepcionista, debe ir vestido elegantemente, ya que va a ser el que maneje el trato con los huéspedes.

También, nos dimos cuenta, que muchas personas utilizan la página Web www.zonajobs.com.ar, inclusive hasta nosotros mismos, creo que casi todos los empleados fueron contactados por el mismo medio, ya que es muy simple usar la página.

Cátedra: Cecilia Carrizo

Contaminación ambiental

Paula Aduna, Yasmín Kaldas y Jennifer Pacheco
Diseño Industrial

Síntesis

El cuidado del medio ambiente es un tema cada vez más relacionado con todos los aspectos de la vida diaria del ser humano, por esta razón se han creado corrientes, movimientos y estrategias en torno a su preservación.

En cuanto a la creación de productos se han generado principios que estipulan los parámetros a seguir por el diseñador actual, como ser el ecodiseño, ecofeedback, diseño verde, diseño sostenible, entre otros; de esta manera, su trabajo no resulta un medio agresor al entorno natural ni compromete el futuro de las próximas generaciones.

Aún así, la necesidad de materiales para la producción y la demanda de elementos no biodegradables como el polietileno, es cada vez más extensa y difícilmente reemplazable por otro tipo de materia prima, por esta razón la manera de intervenir en el caso de la problemática ambiental, desde otra perspectiva viable, corresponde a la organización de los desechos plásticos en su expresión más mínima, es decir, a nivel individual. En consecuencia, la investigación “Segunda vida del plástico desde el diseño verde” se implanta como material de apoyo y fuente de información accesible acerca del impacto del polietileno en los recursos nativos de la República Argentina, respondiendo a la falta de conocimiento y conciencia de la población sobre el problema existente.

Conclusión

El peligro medio ambiental que implica el uso indebido y exagerado de los polietilenos en general, suena alarmante desde la perspectiva de que no existen otros materiales que reemplacen al plástico, ni siquiera que lo lleguen a imitar.

Dicho de otra manera, estos monómeros son totalmente necesarios para la vida cotidiana, ya que el mayor porcentaje de productos que se consumen a diario, vienen embasados, contenidos, recubiertos o plenamente fabricados con plásticos.

Esta falta de conciencia ciudadana es lo que alerta a quienes se dedican al cuidado ambiental.

Es por eso que el diseño propone nuevas vías de desarrollo de un producto, cumpliendo con la política de ‘no contaminar’, ya sea desde su planificación, hasta la producción del mismo, reduciendo energía, materias primas y procesos, sin descuidar la funcionalidad y la estética del producto terminado.

Las cifras obtenidas en base a una encuesta realizada, revelan que en una escala 1-3 es lo que habitualmente consume una persona por día en envoltorios de polietileno, teniendo en cuenta también que en su mayoría éstos son desechados en basureros residuales, o en su defecto, a la vía pública.

Este tipo de datos permite conocer lo que ocurre en ciertos entornos como ser las universidades, si bien en una escala menor, pero refleja la escasa concientización de una parte potencial de la población, como lo son los estudiantes.

Con esta investigación, se pretende brindar apoyo a futuros proyectos de diseño que se encuentren vinculados fuertemente con el diseño industrial, para recuperar los recursos nativos que se están perdiendo en la Argentina a causa del desinterés general de quienes la habitan, y sobre todo, sustentar investigaciones ya realizadas o a realizarse, con el fin de ahondar más en el tema de los plásticos y su contaminación.

Cátedra: Geraldina Cruz

La Masacre de Tiananmen a través de la Fotografía de Jeff Widener

Marcela Aradas, Melanie Genz, Stefania Rizzo y Laura Vázquez
Licenciatura en Fotografía

Síntesis

En la China comunista del año 1989, en su plaza principal, se produjo lo que más tarde se conocería como la Masacre de Tiananmen. Las causas que llevaron a semejante hecho, por la disconformidad de los estudiantes, quienes consideraban al socialismo un completo fracaso y consideraban que sólo la capitalización era el camino hacia la modernidad.

Este trabajo de investigación deviene en la importancia del “silencio oficial” del gobierno Chino sobre los acontecimientos sucedidos. ¿Cuántas víctimas hubo? ¿Varios miles, como se dijo desde los círculos de oposición, o unos cientos, como señaló la versión oficial? A 20 años de los acontecimientos, no hay aún cifras al respecto.

En contraposición, a dicho silencio hubo una foto, que intentó luchar contra aquel silencio, fue tomada por el fotógrafo Jeff Widener, imagen que luego recibiría varios nombres entre ellos: “El hombre del Tanque” o “Rebelde Desconocido”. Dicha imagen recorrió el mundo, dando lugar a diferentes versiones y dando pie a diferentes opiniones. La fotografía tiene contenidas en ella de manera implícita la historia de lo sucedido.

Conclusión

Una fotografía, un recorte de un contexto mucho más profundo. Un contexto lleno de violencia y represión. Una fotografía nos llevó a querer entender, y explicar la valentía de un sólo joven parado frente a cuatro tanques realmente atroces. Una fotografía que se ve de diferentes maneras por el sólo hecho de no tener la información necesaria. Una masacre borrada de la historia de una sociedad controlada por un gobierno fraudulento. Un tabú hasta el día de hoy, 20 años después. Generaciones enteras engañadas sobre la propia historia de su país. 20 años de silencio, 20 años de amenazas. 20 años de miedo. Cada 4 y 5 de junio la plaza central en Tiananmen se colma de militares... ¿Por nada?

Un dolor latente para aquellos que saben la historia, que reclaman justicia, que son callados tácitamente y sólo una fotografía como símbolo por su fuerte peso. La censura, la impotencia de madres que reclaman que no se olvide. Una historia que no tiene, ni tuvo o tendrá razón para ser borrada.

Abrir los ojos sobre la historia de otro país desde la otra punta del mundo, fue lo más interesante de este trabajo. No sólo por lo que descubrimos sino por la manera de llevar esta investigación dentro y fuera de la materia. No hay una verdad absoluta. Una imagen no vale más que mil palabras pero sí motiva a buscar el significado de ellas.

Una razón. No todo lo que vemos, no todo lo que escuchamos es objetivo. Hay que aprender a investigar, despertar la curiosidad, no quedarse con sólo “una parte de la historia”. Abrir los ojos a una realidad que a veces no resulta tan real...

Cátedra: Dolores de Tezanos Pinto

Revival de los 80

Sofía Bayala y Agustina Villacorta
Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Nuestro trabajo de investigación se basa en la moda de Buenos Aires y de las capitales más importantes: Nueva York, París y Milán.

Para la misma indagaremos sobre el tipo de estética de las personas que utilizaban la tipología seleccionada y si su uso representaba algún signo en los años 80. Así también investigaremos sobre el marco histórico y social de la época y su aceptación por el público tanto en los ochenta como en la actualidad.

Nuestro objetivo es investigar el por qué del resurgimiento de las diferentes tipologías de la moda de los años ochenta que

se reutilizan en la actualidad, su influencia en el contexto social de la época y lo que representaba a nivel social y estético.

Analizamos las propuestas de los diseñadores actuales que reutilizan las tipologías elegidas (que nombraremos a continuación) y ponemos en un plano de cuestionamiento la creatividad y la copia.

Utilizaremos entre otros, el texto de Beatriz Sarlo *Escenas de la vida posmoderna* como eje de contextualización del marco histórico.

Indagaremos en artículos periodísticos, encuestas, entrevistas y bibliografía sobre las prendas elegidas, sus características en la época y en la actualidad, así como también en su transformación en las tipologías reutilizadas.

Según el diccionario de la lengua española, moda se define como un conjunto de cánones, periódicamente modificable de la forma y los usos de vestir.

Conclusión

El trabajo de investigación sobre “La moda de los 80 y su reutilización”, fue evolucionando en nuestro proyecto al notar que los caminos hacia la búsqueda de la información que requerimos para ella son abiertos. Esto nos inspiró para terminar la investigación.

El estilo personal es un modo de hacer firme la propia imagen y juega un rol especial en las relaciones con los demás, es como una especie de etiqueta de identificación que podemos ver en cada persona con su propia identidad o estilo. Hay grupos que enfatizan y promueven la originalidad y otros que siguen a esos grupos.

Por lo tanto logramos descifrar con este trabajo que la moda de los 80 tiene un significado, una ideología; un ejemplo muy notable es el de las hombreras de los 80 que eran muy grandes y lo que reflejaba sector social alto. En cambio en la moda actual se reutilizan tipologías de la época pero no por su significado sino por que es moda y se usa.

Cátedra: Mariela Delnegro

La seguridad antes y después de Cromañón

Rodrigo Avila, Francisco Cervo, Mariano De Antoni y Lucas Hubscher

Organización de Eventos

Síntesis

En diciembre del 2004, 2811 jóvenes se dispusieron a ver el show en vivo de la banda Callejeros, en el reconocido boliche llamado Cromañón. Lo que iba a ser una fiesta concluyó en una tragedia que involucró 194 muertes y más de 700 heridos. En este trabajo, nos disponemos a investigar los motivos a nivel judicial que dieron lugar a una catástrofe de este calibre, se investigará cuáles medidas de seguridad no fueron tomadas, cuáles eran las leyes vigentes, la situación nacional y cómo se transformaron todos estos factores luego del hecho. Se investigará si la catástrofe fue un hecho aislado o si marcó un antes y después en la sociedad argentina.

Se investigará si el accidente modificó la historia argentina. Se indagará quiénes son responsables del hecho y por qué se permitió lo sucedido, con el objetivo de entender cuáles fueron los factores que desencadenaron un acontecimiento de este tenor, y si éstos se modificaron para evitar que el día de mañana pueda ocurrir una situación similar.

Conclusión

• Conclusión de Lucas Hubsher

Mas allá de las modificaciones que se hicieron en las leyes, es claro que la sociedad no ha cambiado, y por lo tanto estamos destinados a volver a vivir una catástrofe de características similares. Desde mi punto de vista, la única forma de evitar este tipo de situaciones es por medio de la educación, pero mientras se encubran las cosas y no se resuelvan, estamos condenados a cometer los mismos errores.

• Conclusión de Mariano De Antoni

Una de las peores tragedias sucedidas nos hace tomar conciencia en la sociedad que se vive hoy en día donde no hay respeto ni seguridad. Para que haya cambios tiene que pasar una tragedia como ésta para que los políticos se den cuenta que esta sociedad y muchas leyes no son respetadas. A los responsables de este hecho, (no importa quienes, ni qué cargo ocupan en esta sociedad) no hay que dejarlos impunes.

Los padres siguen pidiendo justicia por sus hijos, mientras los políticos se siguen llenando la boca con campañas y promesas que jamás cumplirán.

Ni olvido ni perdón a los que callan, los que hacen oídos sordos a esta tragedia y a los que quieren desviar y buscar responsables por otros lugares.

• Conclusión de Rodrigo Ávila

Una conclusión que puedo sacar es que ese local nunca debió haber estado habilitado. Adicionalmente, en cualquier inspección debió ser clausurado.

Otra conclusión importante, si el lugar hubiese estado en regla y con las 1031 personas permitidas, aún si cada una de las 1031 personas prendían bengalas e incendiaban el local, hubiesen podido salir de ahí.

Es fundamental que, como sociedad, comprendamos que cada una de estas irregularidades e ilegalidades se sumaron para poner en peligro a miles de personas y matar a cientos de ellas. Y que el incumplimiento es negligencia criminal de los responsables de la organización del recital y de quienes deben hacerlas cumplir también en negligencia criminal pone al descubierto la connivencia entre Estado y empresarios en esta Argentina República Cromañón.

• Conclusión de Francisco Cervo

Como conclusión quiero destacar la existencia de miles de causantes de la tragedia de Cromañón, pero la más importante de ellas, la cual se encarga de regular manteniéndonos dentro del marco de la legalidad es el gobierno y sus respectivos eslabones de empleados (inspectores, policías, entre otros), los boliches sin habilitación se encuentran abiertos, los hospitales y servicios de traslados no tienen un correcto funcionamiento, entre muchísimas ausencias más. Si todo esto estuviese en condiciones tal vez nada de esto hubiera sucedido.

Además de todo esto, está la otra parte, la de los jóvenes que estaban en el recital, los cuáles si hubiesen tenido una educación digna, un poco de sentido común y uso de razonamiento en el momento de llevar a cabo sus acciones como por ejemplo prender una bengala en un lugar cerrado y con medias sombras colgando del techo. Si esto pasara nuevamente, tal vez no sucedería la tragedia de Cromañón.

El público de la Feria del Libro

Melina Cerra y Marwa Mahanna

Organización de Eventos

Síntesis

La Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, tiene sus antecedentes por el año 1971.

La Sociedad Argentina de Escritores, convocó a distintas organizaciones para, por un lado, crear una feria que sirva como punto de encuentro entre autores y lectores, por el otro jerarquizar la iniciativa. En 1985 nace La Fundación del Libro, cuyo principal objetivo es la promoción del libro y el fomento del hábito de lectura por medio de la organización de concursos, ferias en el interior, donación de libros.

En la actualidad se ha convertido en uno de los eventos culturales y editoriales mas importantes de todo Latinoamérica y es la feria del libro de habla hispana más importante del mundo. Para el presente trabajo focalizaremos en el análisis de su público. Hasta el momento no hemos encontrado trabajos previos en torno a este tema. Por el contrario, sólo existe una amplia bibliografía general acerca de la feria. En cuanto al marco teórico que hemos elegido trabajaremos con autores como Vicent Price, Guy Debord, Alberto Manguel entre otros, quienes definen el concepto de público, espectáculo, lector, respectivamente. Estos conceptos han sido de gran utilidad para tratar de comprender la actitud y el rol actual de quienes asisten al evento en cuestión.

Consideramos que este trabajo constituirá un aporte al conocimiento de la importancia de esta feria para nuestro país.

Conclusión

Gran parte de nuestra opinión se manifiesta en el análisis que realizamos a lo largo del trabajo.

Somos concurrentes asiduas de La Feria del Libro y al realizar un trabajo de investigación, que sabemos comienza con la concepción de una idea, no pensamos que la misma pudiera generarnos tantos interrogantes que se relacionen con la sociedad actual. Una sociedad consumista, donde somos manipulados por los medios para pensar a su manera, comprar lo que ellos nos venden y no lo que elegimos libremente. Estudiamos este fenómeno pero a la vez somos parte de él, y presenciando La Feria, al igual que muchos, nos detuvimos ante un espectáculo y actos mediáticos, nos emocionábamos al ver figuras famosas cuando detrás teníamos la obra completa de Cortázar quedando en un segundo plano.

Consideramos que en mayor o menor medida todos nos comportamos de igual manera, porque no estamos dispuestos al esfuerzo, el trabajo, la investigación y búsqueda de información que cada uno debería realizar para mantenerse a un costado de este modelo que nos imponen, que como aludimos en el marco teórico, nos genera demanda antes que necesidad.

Cátedra: Sergio Di Nucci

Evolución del diseño del colectivo porteño

Nicolás Lavorano y Darío Nochetti
Diseño Industrial

Síntesis

Llamamos "colectivo" al vehículo de pequeño o mediano porte, casi siempre con trompa (dos volúmenes, no frontal), con planta motriz delantera y carrocería adaptada sobre un chasis de camión con pequeñas mejoras, con el fin de transportar pasajeros.

Su evolución natural hizo que deviniera, con el correr de las décadas, en lo que se conoce actualmente como "ómnibus". Hoy en día llamamos equivocadamente "colectivos" a los "ómnibus". Ambos convivieron, pero el colectivo se extinguió, siendo reemplazado por los "ómnibus".

Décadas atrás eran fácilmente reconocibles: los ómnibus eran unidades de gran porte, con conductor y guarda. Los colectivos, en cambio, eran pequeños, ágiles, con reducida capacidad de carga y conducidos por una única persona que expendía y cobraba los pasajes.

Con los años, los ómnibus desaparecieron y los colectivos incrementaron gradualmente su tamaño. Con la aparición de diversos modelos de chasis frontales a comienzos de la década de 1980, comenzó un lento proceso de "descolectivización" del transporte argentino. Progresivamente, aumentaron su capacidad, su motor se trasladó a la parte trasera, llegaron la suspensión neumática, la puerta central, las unidades de piso bajo, entre otras mejoras que dieron fin al colectivo.

Podemos considerar como los últimos exponentes del colectivo a los construidos sobre el chasis LO 1114 de Mercedes Benz. Con el carrozado de los últimos chasis disponibles a comienzos de 1989, se cerró la historia estilística de este tipo de vehículos. Por lo tanto, esta reseña abarcará desde los primeros taxímetros de 1928 hasta los últimos 1114 de 1989. Todos los modelos que se sucedieron de 1989 a hoy serán considerados "ómnibus", cualquiera sea la marca, la motorización y el carrocerero.

Conclusión

El trabajo releva los momentos más significativos de la vida del colectivo en Buenos Aires. Estos hitos resuelven parte de la investigación, pues enumeran los cambios y adaptaciones que convirtieron a ese camión con asientos en lo que hoy, erróneamente, llamamos colectivo.

El transporte público de pasajeros ha cambiado a lo largo de los últimos setenta y cinco años, teniendo momentos de gloria y momentos depresivos. Sin embargo, el colectivo perduró y se adaptó a las circunstancias sin límites: modificó su altura cuando los asientos no eran suficientes, rebautizó a los veteranos camiones carrozados cuando escasearon los chasis por destinarlos a la Segunda Guerra Mundial, y llevaron cientos de veces a pasajeros anónimos a destino, una y otra vez.

Recuerdo aún hoy el 1114 de la línea 113, Transportes Bernardino Rivadavia SATA, que me llevaba al colegio en minutos, apenas. Es otro de los muchos íconos de la cultura local que no se olvidan a pesar del paso del tiempo.

Cátedra: Sergio Díaz

La moda y la sociedad

Natalia Améndola y otros
Diseño de Interiores

Síntesis

El trabajo realizado a continuación, refleja la investigación consumada para llevar a cabo un tema actual y global que nos compete a todos debido al crecimiento de la industria de la moda asociado a los medios masivos de comunicación. Como consecuencia de esta unión, y por otras cuestiones más detalladas a lo largo del trabajo, nace una problemática global, que afecta a mujeres de nuestro país, como del mundo entero.

Hemos logrado un análisis integral tanto del mundo de la moda como de las mujeres argentinas y los cánones de belleza considerados en general.

De esta forma a continuación, se verá de manera detallada, como ha ido cambiando el concepto de belleza, y cómo afectan a la sociedad en relación con la moda y a lo que nos imponen los medios.

Trataremos acerca de la búsqueda de la figura ideal, por parte de las mujeres de la actualidad, y a su vez, las consecuencias que esto trae con respecto a la salud, cuál es la postura de los diseñadores acerca de este tema, y cómo crece día a día la preocupación con respecto a este tema.

Conclusión

Para concluir con esta investigación puedo decir que los cánones de belleza en la sociedad están totalmente distorsionados. Existe un trastorno en la sociedad que es generado por la moda y sus diferentes cambios a lo largo de la vida. Hoy en día la moda está enteramente ligada a una figura de mujer extremadamente delgada, la cual genera que las mujeres, en el afán de querer igualarlas, cometan desarreglos con su alimentación. Uno de los factores más importantes que provoca esta obsesión por querer tener ese "cuerpo ideal" son los medios de comunicación. Estos reflejan un mundo donde el glamour y el éxito parecen ir emparejado con la belleza exquisita de un cuerpo ultra delgado. Difícilmente podemos escapar de lo que los medios intentan inculcarnos permanentemente, generando así consecuencias o secuelas en la sociedad en la que vivimos, afectando el cuerpo, la mente y la autoestima. Empezar a concientizar a la gente es un gran paso para la mejora de esta situación. Que los medios y los diseñadores también se concienticen, y que sepan que detrás de sus bellas gráficas y delicadas pasarelas con modelos muy delgadas, hay una mujer común que está poniendo en riesgo su vida por igualar ese ícono de belleza. Empezar campañas en contra de esto... empezar por algo, pero empezar, ese tiene que ser el cambio.

Minimalismo

Wendy Cazap

Diseño de Interiores

Síntesis

A partir de nuestra pregunta de investigación iniciamos este trabajo con el objetivo de explicar en qué consiste la tendencia minimalista y cuál ha sido su influencia en el campo del diseño de interiores.

Esta corriente estética, originada en la década de los sesenta, considerada en sus comienzos como una versión corregida y extremada del racionalismo ha logrado despegarse y convertirse en un estilo característico. El lema menos es más resume la esencia de este movimiento.

El minimalismo, como tendencia arquitectónica, luego aplicada a la decoración de interiores, se distingue por la reducción de las formas a la mínima expresión. Se basa en la abstracción y en el purismo estructural y funcional, la geometría se convierte en elemento esencial y el uso de los materiales se ve reducido al concepto de simpleza.

Una correlación estrecha entre formas y espacio es lo que propugna el minimalismo. El artista, entonces, se fija sólo en el objeto y se aleja de toda connotación posible. Se deja llevar

por la austeridad, el orden y la pureza para abocarse a la creación de espacios y colecciones actuales.

Conclusión

El Minimalismo es la tendencia a reducir a lo esencial, se trata de una corriente de diseño que propugna la relación entre textura, color y forma, dejando de lado todo adorno, jugando con superficies lo más limpias posible. El término minimalismo nació para un arte que no quería ser ni pintura ni escultura y ha terminado siendo de todo. El crítico británico Richard Wollheim lo empleó por primera vez en 1965 para referirse a la radical reducción racionalista promovida por las nuevas tendencias del arte. Desde entonces este término ha crecido y se ha trasladado hasta instalarse en la arquitectura.

El minimalismo hoy en día toma gran importancia debido a la cantidad significativa de productos ofrecidos en el mercado es por ello que nos lleva a preguntarnos cómo intervino el minimalismo en el mercado de diseño de interiores.

Los hábitos de decoración fueron cambiando con respecto a otras épocas, es por ello que nos resulta interesante el análisis de este tema. A través de esta investigación queremos brindar información acerca de cómo la arquitectura incorpora en el diseño la tendencia minimalista. Para la elaboración de este proyecto nos parece importante investigar las estrategias que las grandes empresas constructoras emplean en relación a la tendencia minimalista y como hacen para llegar a los consumidores ya que en los últimos años se ha incrementado la competencia a nivel mundial. Investigaremos cuándo fue el mayor auge del minimalismo y cómo intervino en el mercado del diseño de interiores.

En términos prácticos nosotros entenderemos como auge minimalista al momento de mayor elevación o intensidad de esta tendencia.

El uso de materiales y el espacio

Romina Gómez Filco, Stephanie Mackinnon y otros

Diseño de Interiores

Síntesis

En este de investigación se tomó como campo el Diseño de Interiores. La problemática fue: ¿qué materiales debe tener en cuenta y utilizar un diseñador de interiores para ampliar de manera visual un espacio manteniendo las dimensiones reales en la actualidad argentina?

A lo largo del trabajo práctico final, se han ido explicando diversos conceptos que forman parte de nuestro problema de investigación, se dan definiciones acerca de lo que es ser diseñador de interiores y quién es el comitente. También se desarrollan conceptos como el color, la luz, las transparencias, las texturas y los espejos demostrando de qué manera pueden utilizarse para ampliar visualmente un espacio manteniendo sus dimensiones reales.

A su vez da cuenta acerca de las modalidades de la percepción y el modo de aprovechamiento máximo que se le puede dar al espacio.

Conclusión

Este trabajo de investigación me ayudó mucho a conocer más sobre la carrera de Diseño de Interiores, y a entender que aunque se tenga un espacio chico, grande, lindo o feo es posible ambientarlo y mejorarlo con cosas tan sencillas como el

color, la buena iluminación, o el uso de distintos materiales. También me fue muy útil, en el sentido de que me incentivó a conocer más sobre el tema, tanto para la vida profesional como personal en las que creo necesarios estos conocimientos.

El diseño de interiores en los hospitales

Sabrina Rizzo

Diseño de Interiores

Síntesis

A modo de introducirnos en el texto podemos decir que el objetivo principal es presentar los temas de una forma clara y completa, una guía para los que comienzan la aventura de la investigación científica. El trabajo de investigación cuyo producto es el conocimiento científico y tecnológico que de modo tan profundo ha cambiado nuestro modo de vida y posee la particularidad de requerir a la vez creatividad, disciplina y sistematicidad, pero esa creatividad debe ir acompañada de un proceso de análisis de organización del material disponible, de ordenamiento y de crítica a las ideas porque de lo contrario no tendríamos un conocimiento científico sino simplemente opiniones.

Todo proceso de investigación científica es abordado a través del método científico porque la ciencia establece un modo de hacer las cosas, de plantearse la preguntas y de formular las respuestas que le permite al investigador desarrollar su trabajo con orden y racionalidad.

La aplicación del método científico no es garantía absoluta de que los resultados de la investigación serán exitosos.

Se puede considerar al trabajo de investigación como una labor artesanal donde se deben poseer destrezas, conocimientos y aptitudes por que la creación de nuevos conocimientos tiene un carácter netamente práctico en el que sólo investigando se aprende a investigar

Ahora nos introduciremos directamente en el conocimiento científico. La metodología es un instrumento que hace más eficiente la investigación científica y a su vez es parte de un tipo de conocimiento que llamamos ciencia.

Conclusión

Para concluir puedo decir que el diseño es una nueva práctica incorporada en la actualidad en los hospitales, especialmente en los privados donde hay una mayor inversión de dinero y en los que se tiene en cuenta la atención personalizada del paciente y la creación de un buen clima, confortable y agradable tanto para el paciente como para la familia que lo acompaña, sin perder de vista la importancia de las medidas higiénicas adecuadas y necesarias en todo hospital, fundamentalmente en la sala de espera y habitaciones del mismo, donde se debe crear un clima que tienda a distender y calmar el ánimo del paciente.

Si bien en los hospitales públicos modernos se ha incorporado bastante el diseño, sigue siendo frío y poco confortable para su familia. En esto tiene mucho que ver lo económico porque el diseño temático y por unidades de complejidad y de edades trae aparejado una mayor inversión y como pudimos ver hasta ahora el estado no está dispuesto a hacerlo, pero además del tema económico tiene mucho peso el criterio de que los colores fríos como el celeste representan medidas profilácticas e higiénicas que son muy importantes para el buen desarrollo y funcionamiento del hospital.

Por lo tanto creo que lo óptimo en el diseño de hospitales sería poder lograr un equilibrio entre el diseño, la confortabilidad y la utilidad específica del lugar que tendría como resultado una atención óptima del paciente y un excelente nivel de calidad del profesional especializado que allí trabaja, fundamentalmente en los lugares del hospital donde el paciente pasa la mayor parte del día, que son la sala de espera y las habitaciones.

La filosofía del Feng Shui en el Diseño de Interiores

Daniela Sagray y Carolina Troilo

Diseño de Interiores

Síntesis

El trabajo práctico titulado "La Filosofía del Feng- Shui en el Diseño de Interiores", está vinculado a la doctrina originaria de China, basada en lo espiritual, el equilibrio humano, la naturaleza y el medio.

Sirve como ayuda para quienes no entienden del tema, ya que informa características específicas del Feng- Shui.

Acerca a aquellas personas que desconocen este tipo de ambientación utilizado para lograr la armonía de la vida y el hogar. A lo largo del trabajo se brindan distintas pautas y criterios con los cuales uno puede lograr el equilibrio y la armonía, mejorar su vida y esto es posible a través del diseño.

Se darán cuenta de forma detallada aquellos factores que son necesarios para ambientar un espacio, sea este un dormitorio, un dormitorio infantil, una oficina, un living comedor, un baño, un patio o un jardín, como por ejemplo la presencia del color, factor omnipresente en la doctrina del Feng Shui.

Conclusión

En mi opinión, la investigación realizada acerca del Feng Shui, proporciona y brinda un nuevo conocimiento acerca de esta nueva filosofía y estilo de vida tan popular en estos días.

En relación a mis conocimientos del Feng Shui, previos a la realización del trabajo, estos eran muy básicos y poco profundos. Hoy en día puedo decir que la realización de esta investigación me ha brindado aquellos conocimientos que siempre me han interesado en relación al Feng Shui.

Me ha posibilitado aprender acerca del color, de los elementos que representan la vida de uno, de la iluminación y mobiliario correspondientes.

Diseño de interiores en los hospitales

Astrid Stuffrein

Diseño de Interiores

Síntesis

¿Por qué en las salas de espera y en las habitaciones de los hospitales y clínicas de Buenos Aires desde la crisis de 2001 no se le da importancia al diseño?

Esta pregunta será contestada a lo largo de nuestro trabajo de investigación desarrollado en el área de diseño de interiores, que se relaciona con nuestra carrera de estudio y que tiene por objetivo explicar por qué hay falta de muebles confortables en los hospitales y clínicas y por qué no se utilizan más criterios de confortabilidad tanto para el paciente como para el personal que trabaja allí.

Existen hospitales públicos y privados con importantes diferencias entre ellos porque por un lado el diseño es diferente

en un hospital para niños o adultos y según el nivel de complejidad. Es importante resaltar que si bien el diseño es muy importante porque influye mucho en el estado de ánimo del paciente también es muy importante la higiene, tema que fue considerado de importancia por la mayoría de los entrevistados. Otro factor importante en la aplicación del diseño es el tema económico porque para aplicarlo se requiere una buena inversión de dinero.

Podemos ver que el diseño de interiores está más presente en el sector privado que en el público, siendo la última tendencia mundial el diseño temático en las salas de pediatría, según nos informa el estudio de D&P dedicado al diseño hospitalario. Esta característica se ve en el Hospital Austral, en la sala de pediatría en las que se utilizan animales como el pingüino para la decoración y colores azulino, verde manzana y el maíz, ambientados con paneles removibles que se utilizan según la situación. En este hospital también se destaca su construcción y diseño inteligente con sistemas de circulación independiente para médicos y pacientes que permite acortar distancias y mejorar la atención.

En la decoración de las habitaciones debe tenerse en cuenta tanto la comodidad del paciente, como la del acompañante con muebles prácticos que permitan una buena higiene e iluminación.

Actualmente se tiende a utilizar los colores pastel que generan un clima más cálido en contraposición de los colores fríos utilizados anteriormente, no por regla general sino como sinónimo de higiene.

Conclusión

Todo lo que vivimos está conectado entre sí. Lo que cada individuo siente se vincula con su alrededor con lo externo y lo interno. Si un espacio es cálido y confortable, nosotros nos sentiremos bien, satisfechos, si hay algo que nos hace mal, que nos causa incomodidad nos sentiremos mal internamente.

Nuestro principal objetivo en esta investigación era dar cuenta de por qué no ocurre esto en la mayoría de los hospitales y llegué a algunas conclusiones.

Esto es por lo general porque cada vez se le da más importancia al diseño.

A lo largo de la investigación se notó una diferencia con respecto a los hospitales "modernos", o sea los nuevos y los antiguos. En los nuevos se ve una incorporación del diseño con respecto a los colores de las paredes, los espacios abiertos y sillones cómodos. En cambio en los hospitales antiguos esto no se nota.

También existe una importante diferencia entre los públicos y privados. Como ya vimos en el marco teórico, una de las principales diferencias entre los hospitales públicos de los privados, es que uno es subsidiado por el estado y el otro por empresas privadas. Cuando hablamos de un hospital la mayor importancia es el servicio que éste le brindará a los pacientes, su higiene, medicamentos, maquinarias específicas, elementos para poder ejercer la medicina. Entonces es ahí cuando se deja al diseño de las salas de espera y habitaciones en un segundo plano. Los hospitales públicos no cuentan con la misma cantidad de capital que cuentan los privados entonces es por eso que creo que obviamente es preferible darle más importancia a lo medicinal y no tanto a lo estético. En cambio los privados sí cuentan con un mayor capital y para ellos le es más fácil contar con el diseño y aplicarlo.

Mi conclusión es que el diseño en los espacios de hospitales cambia mucho el bienestar de las personas, pero cuando se trata de un hospital en donde no hay posibilidades de elegir por presupuesto, la medicina debe ser lo principal, aunque la decoración cambie el ánimo del paciente.

Igualmente hay posibilidades de hacer diseño con poco presupuesto, por eso mismo creo que se debería acentuar más en ello, para llegar al resultado de un hospital que no sea sólo reconocido por su medicina sino también por su calidez y alegría que le brinda a los pacientes en su estadía.

Dime cómo es tu oficina y te diré quién eres

Natalia Teitelbaum

Diseño de Interiores

Síntesis

El objetivo de la investigación es descubrir la importancia que tiene la decoración del ambiente laboral, en el rendimiento del empleado principalmente en lo que es la creatividad, algo muy importante, en una agencia de publicidad.

Para lograrlo se realizó una investigación y recolección de información sobre qué es una agencia de publicidad, su objetivo y su funcionamiento. Después nos focalizamos en el departamento creativo.

También se investigó sobre la importancia de la decoración del ámbito laboral en general y con ello más las entrevistas que realizadas por el equipo pudimos sacar diferentes conclusiones sobre el tema del trabajo.

Conclusión

Efectivamente, la decoración es un elemento sumamente influyente en el ámbito laboral. Y lo es tanto para quien trabaja en la agencia como para los clientes y los potenciales clientes.

Vimos que en los empleados una decoración adecuada puede ayudar tanto su libre expresión, comodidad, relajación, concentración y lo que es más importante en el caso de las agencias de publicidad: fomentar su creatividad.

También, se llegó a la conclusión de que la decoración de la agencia es de suma importancia para los clientes debido a que al ser imagen lo que se está vendiendo, la imagen de las oficinas es la carta de presentación ante quién podría solicitar su servicio.

Por este motivo, dicha decoración no debe ser librada al azar. Y, al contrario, debe ser un elemento básico a tener en cuenta a la hora de crear una agencia de publicidad.

Así es que existen diversos elementos fundamentales a tener en cuenta a la hora de la decoración.

Lo más importante, es sin duda, la integración de los ambientes ya que a mayor integración del lugar mayor será la relación entre los empleados y esto mejorará la comunicación y así la creatividad, mejorando también la productividad.

Para ello, hemos visto, que el mejor modo de integración del ambiente es el de espacio diáfano.

También encontramos que la incorporación de elementos como el arte, las plantas, la luz natural, el Feng Shui y la buena elección de los colores será clave tanto para el cliente, como para el que trabaja en la agencia.

Cátedra: Silvia Fernández

Motivos y expectativas de estudiantes colombianos que migran a la Argentina para estudiar diseño

Sara Consuegra

Licenciatura en Relaciones Públicas

Síntesis

Nuestro trabajo consistió en estudiar a los alumnos extranjeros provenientes de Colombia que decidieron venir a Argentina a estudiar la carrera de Diseño en la Universidad de Palermo y en la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Nos propusimos como objetivos generales: a) indagar cuáles son los motivos que inciden en la decisión de estos estudiantes de Diseño para estudiar en la Argentina dicha carrera; y b) describir los procesos de integración y adaptación de los estudiantes de diseño colombianos que se encuentran egresando de la carrera, identificando facilitadores y oportunidades que han tenido. A su vez, como específicos nos planteamos: conocer si los estudiantes tienen expectativa de radicarse y trabajar en Argentina; identificar cuáles son las ciudades colombianas de donde provienen más alumnos; explorar las opiniones que estos estudiantes tienen de la oferta educativa de su país de origen; conocer la incidencia de los costos económicos en la decisión que dichos estudiantes toman; conocer el nivel de conformidad que manifiestan los estudiantes de diseño que están egresando respecto de la opción educativa que oportunamente hicieron, y por último, identificar diferencias entre aquellos estudiantes colombianos que deciden realizar sus estudios en la UP (universidad privada) y la UBA (universidad pública).

Para obtener las respuestas de nuestro objeto de estudio acudimos a un enfoque cualitativo en el que utilizamos la entrevista semiestructurada como técnica de recolección de datos. Previo a las encuestas, realizamos varios estudios de investigación que nos aportaron datos de las universidades de Colombia como de las universidades argentinas, ayudándonos a poder llevar a cabo dicha investigación. De los resultados obtenidos, pudimos observar que los motivos por los que migran a Argentina a estudiar Diseño se relacionan con el prestigio del que gozan las universidades argentinas en Colombia debido a su alto nivel académico, y los costos económicos (tanto de los estudios en sí como del costo de vida en general) que favorecen a los estudiantes colombianos a estudiar en Argentina ya que en sus países de origen esto les resultaría de un costo mucho más elevado. A su vez, en el análisis comparativo que los estudiantes hacen respecto de la oferta de las carreras de diseño en su país de origen, la mayoría coincide en que en Argentina las carreras de diseño tienen contenidos con una orientación predominantemente práctica, a diferencia de lo que ocurre en Colombia cuyos contenidos tienden a ser más teóricos. Finalmente, en relación a los procesos de integración social en Argentina estos estudiantes manifiestan que no han tenido en dicho proceso dificultades importantes, y que Argentina les ofrece un contexto social para integrarse muy receptivo.

Conclusión

En conclusión, este trabajo permite comprender mejor los motivos del crecimiento en los últimos 4 años de estudiantes colombianos que llegan a la Universidad de Buenos Aires (UBA) y Universidad de Palermo (UP), en Argentina, decididos

a vincularse a una carrera de diseño. Siendo uno de los países de Sudamérica con mayor nivel académico en el área de diseño, Argentina se ha convertido en el país con mayor número de estudiantes colombianos que ingresan año tras año con la esperanza de terminar una carrera pregrado, postgrado o máster. Nuestro objetivo general, fue saber por qué deciden venir a estudiar acá; al entrevistar de modo cualitativo nos sorprendimos al ver que uno de los factores más comunes es la ventaja económica, ya que el cambio del dólar favorece a los estudiantes colombianos y dos de nuestros objetivos específicos es si alguno de dichos colombianos tenía planeado quedarse y vincularse en el ámbito laboral cuando termine sus estudios, pero la respuesta de 8 de 10 entrevistados fue no y el otro objetivo específico es saber si alguno de ellos ha tenido algún problema en su inserción al país y a la comunidad en sí, pero los resultados muestran que en ninguna de las dos universidades los estudiantes han tenido problema de adaptación. Seguramente seguirá aumentando esta cifra y así mismo aumentando en número de alumnos colombianos en estas dos universidades, la gran mayoría provenientes de Bogotá la capital colombiana. Otro dato que puede ser de utilidad para las políticas educativas de estas universidades (UP y UBA) y para la oferta educativa de las carreras de Diseño es el hecho de que los entrevistados también manifestaron como un motivo de peso la orientación práctica que tienen estas carreras aquí en Argentina a diferencia de su país de origen, esto es relevante para estas instituciones ya que debieran seguir reforzando esta orientación si tienen como interés atraer a este perfil de alumnos extranjeros latinoamericanos.

Descreimiento hacia la política en general y a la clase dirigente en la Argentina

Mercedes De Zavaleta

Licenciatura en Relaciones Públicas

Síntesis

En el trabajo se aborda el tema del descreimiento hacia la política en general y la clase dirigente, ya que consideramos que hoy en día y cercanas a las elecciones del 28 de junio, es moneda corriente que el pueblo manifieste su apatía hacia los gobernantes.

Como consecuencia de esto se puede observar un crecimiento en los porcentajes de votos en blanco, disminución de militancia en los partidos políticos.

Realizamos una investigación de tipo cualitativa, observacional, no probabilística, intencional y descriptiva, en la cual pudimos interiorizarnos acerca de la opinión de los ciudadanos sobre esta problemática, los factores que lo llevaron al escepticismo, la apatía y cómo piensa que se puede solucionar este estado generalizado de la población.

Encuestamos a 10 personas de distintas edades y sexos y como factor común se presentó que el descreimiento está presente, y que la política como actividad civil es una herramienta que hoy en día esta desvirtuada.

Conclusión

Como conclusión del trabajo podemos decir que nos interiorizamos mucho más en un tema tan importante como es la política en el mundo actual, ya que es una herramienta que sirve para cambiar y determinar el destino de toda una sociedad. Es por eso, que decidimos involucrarnos en este tema y

estudiar a fondo la clase dirigente especialmente de la Argentina, y lo que piensan las personas como ciudadanos ya que es relevante la opinión de ellos y más aún en un año como este que es electoral, y será para nosotras la primera vez que emitamos el voto ya que es obligatorio y un deber de todo ciudadano, para mejorar el bienestar social y económico.

Cátedra: Yanina Gambetti

Los cambios en el estereotipo ideal de la mujer, antes y después de la posmodernidad

Agustín Álvarez

Diseño Gráfico

Síntesis

El trabajo final se titula “Los cambios en el estereotipo ideal de la mujer, antes y después de la posmodernidad”. Nuestro objetivo era el poder indagar cómo se da el cambio del estereotipo de la mujer antes y después de los años 60, e investigar como influyó en estos cambios el postmodernismo.

Para llevar a cabo este trabajo, usamos como técnica la entrevista para indagar sobre las opiniones de las personas en base a la estética femenina de los años 60 y la actualidad.

Se les hicieron entrevistas tanto a los jóvenes como a gente de edad más avanzada de Buenos Aires para ver: A) Cómo piensa que se definen las diferencias del estereotipo femenino en las distintas épocas a las que pertenecen. B) Saber sus pensamientos y experiencias en relación al tema.

Conclusión

La conclusión de nuestra hipótesis fue positiva ya que el 100% de las entrevistadas dieron a entender que sí notaron un cambio en la estética femenina a lo largo de los años y un gran porcentaje de las mismas dio a entender que esto podía ser en gran parte por los problemas generados socialmente. Para concluir con esta investigación se podría decir que este es un tema que se encuentra totalmente establecido en nuestra sociedad desde hace ya mucho tiempo.

Las mujeres tienen asumido que estos problemas existen y son conscientes de ello. La mayoría de nuestras entrevistadas si bien no se ven influidas por estas cualidades, sí opinan que un gran porcentaje de la población se ve afectada por estos problemas.

No sabría decir con claridad si el Posmodernismo influyó determinadamente en la mentalidad de las personas, pero sí se podría decir que los cambios sociales que se establecieron y las grandes variables que introdujo el mismo Posmodernismo influyeron en las personas y sobre todo en la manera extravagante de rendirle culto al cuerpo.

Basándonos en los testimonios presentados por las entrevistadas y en la información que fuimos recopilando a lo largo de nuestra investigación podría decir que nuestra hipótesis queda en parte afirmada. El 100% de nuestra muestra opinó que la estética femenina fue variando con el transcurso del tiempo y que esto mismo pudo ser producido por las grandes necesidades que tiene la mujer actual dentro de la sociedad, y sin lugar a duda eso es una de las “virtudes” del postmodernismo.

Ahora bien, también surgen las preguntas como: ¿Podemos decir que el postmodernismo influyó como un mal dentro de la sociedad? ¿La moda y los medios televisivos pueden generar tal influencia sobre la gente que incluso produzca enfer-

medades? ¿La búsqueda de un estereotipo ideal de estética es producto de la gran demanda producida por la propia sociedad? Partiendo de una simple hipótesis se me generaron muchas más preguntas sobre diferentes temas que presentan una relación y de los cuales también se podría llegar a sacar nuevas hipótesis para nuevas investigaciones científicas.

Los imaginarios acerca del graffiti como expresión vandalística o acto de vandalismo en la actualidad

Leslie Brown

Diseño Gráfico

Síntesis

Este trabajo resume una investigación realizada sobre el tema del graffiti, específicamente el graffiti que encontramos en la Ciudad de Buenos Aires. El enfoque principal apunta a poder identificar al graffiti dentro de las expresiones del imaginario social de los jóvenes como una práctica vandálica, al margen de la sociedad o como una práctica artística que posee diferentes estilos y métodos.

Desde esta perspectiva se realizó un marco teórico con referencias históricas y reales sobre el tema, se realizó un trabajo de campo, con entrevistas a una muestra de la comunidad, se analizaron resultados y se generaron conclusiones, todo esto para apoyar y verificar la hipótesis sostenida. Esta hipótesis se basó en que el imaginario social de los jóvenes de Buenos Aires respecto al graffiti, consiste en visualizarlo como una forma de expresión artística más que como una forma de vandalismo.

Conclusión

Actualmente hay diversos imaginarios sociales sobre el graffiti, entendido como pinturas que representan imágenes o tipografías realizadas sobre superficies, generalmente murallas públicas o también privadas. Estos pueden ser agrupados principalmente en quienes piensan que el graffiti está dentro de la categoría artística, como una forma de expresar ideas, pensamientos, sentimientos, una forma libre de expresión que debe ser respetada, puesto que demuestra la interioridad de seres humanos. Y por otro lado están quienes piensan que el graffiti está en el límite de lo vandálico, que sólo pueden ser expresiones de grupos ajenos al arte, de personas más bien marginadas de la sociedad, con opiniones poco interesantes. Dentro del marco de esta investigación se encuentra el objetivo principal de dar a conocer qué piensan los jóvenes de Buenos Aires acerca del graffiti y cómo lo consideran dentro de estas dos posturas, un acto vandálico casi repudiable o una legítima expresión artística de las personas. Luego de finalizar el análisis de la investigación de campo, se puede concluir que los jóvenes de Buenos Aires sienten al graffiti muy cercano a ellos, puesto que viven en la ciudad día a día y los observan en distintos lugares, como paredes y vías del tren y el subte de la ciudad, reconociendo distintos estilos y artistas. Muchos de ellos además lo consideran un tipo de arte o expresión artística valorable y reconocible. Tanto así que en muchas ocasiones incluso la publicidad se ha dado cuenta de esto y los ha utilizado como un medio publicitario, como característica propia de las grandes urbes.

Si bien existieron dentro de la muestra opiniones negativas sobre el graffiti, son más bien negativas hacia el exceso o li-

bre ocupación de espacios públicos y privados que tiene esta manifestación y no hacia la expresión en sí.

Dentro de estas opiniones, y como joven residente en Buenos Aires me encuentro cercana a quienes piensan que el graffiti es un tipo de arte, pensar lo contrario sería desconocer su origen, sus distintos estilos, los personajes que se han hecho famosos a través de este arte, y toda la diversidad y belleza que entregan a las ciudades. Por ello concuerdo con la idea de que el graffiti es necesario como forma de expresión humana, aunque también puedo reconocer que las pintadas excesivas ensucian la ciudad, sobre todo si son realizadas por personas con poco conocimiento o interés en el tema.

De esta forma no contribuyen mucho con el propósito de entregar un mensaje, sea cual sea, de sentimientos, de pensamientos, de expresión política.

Por ello como una forma de dejar un aporte que signifique alguna mejora en la forma en como se percibe esta expresión, y dejar atrás los mitos que la rodean actualmente y la vinculan con lo delictivo. Presento entonces la propuesta de implementar sitios específicos, donados por privados o estamentos públicos, para el libre ejercicio de esta manifestación. De esta forma se pueden ubicar los graffiti en plazas, parques, o murallas de distintos organismos y casas de particulares, donde puedan ser apreciados por todos los transeúntes, y que cumplan con el rol de embellecer la ciudad, dar cuenta de una realidad particular u opinión que las personas quisieran manifestar.

El problema de la construcción de imaginarios en el comic de la Segunda Guerra

Pablo Ludueña

Diseño de Historietas

Síntesis

Para llevar a cabo nuestro trabajo de investigación, comenzamos con la generación de una idea para nuestro proyecto. En este primer acercamiento decidimos optar por un análisis de la propaganda política en las historietas, la animación y las películas. Tomamos esa idea porque nos pareció original y por estar íntimamente relacionada con nuestra carrera.

Seguimos el trabajo haciéndonos preguntas que nos servirían para plantearnos los objetivos; que nos fueron de gran ayuda para realizar el recorte de campo y el marco teórico.

En esta instancia nos enfocamos en las historietas del Capitán América. Tomamos a este personaje porque notamos que tanto en su imagen como en las historietas donde aparecía, había varios indicios de propaganda política.

Luego seleccionamos información que consideramos útil en libros académicos, con el objetivo de construir un marco teórico para orientar nuestra investigación.

Llegamos a la etapa de diseño de investigación, donde hicimos un análisis. Todos los trabajos realizados previamente nos ayudaron a seleccionar la muestra y a determinar las variables, dimensiones e indicadores.

Concluimos nuestra investigación con un profundo análisis de una de las primeras historietas del Capitán América (*Captain America Annual Special #1*), donde página por página analizamos los indicadores.

Las hipótesis para nuestra investigación fueron dos. Hipótesis General: el comic se utiliza como medio de propaganda para influir en el aspecto político del imaginario social de los EE. UU. en tiempos de guerra. Hipótesis del estudio de caso del

Capitán América: este comic intenta generar nacionalismo en el imaginario social mediante la utilización del héroe.

Considero que ambas hipótesis están demostradas en nuestro trabajo, aunque quizás la última sea la más desarrollada en nuestro trabajo. Para demostrar la primera con mayor claridad hubiera sido mejor analizar varias historietas de épocas de guerra.

Conclusión

En nuestro trabajo nos planteamos objetivos que en la mayoría de los casos pudimos cumplir.

El primer objetivo que nos planteamos fue “caracterizar y analizar el tipo de publicaciones en donde aparecía este tipo de historieta propagandística en la época de la Segunda Guerra Mundial”. Este objetivo no fue cumplido o fue cumplido muy parcialmente ya que el número de publicaciones que analizamos fue muy reducido. El universo de las historietas de la Segunda Guerra Mundial era demasiado grande como para analizar en el tiempo que teníamos.

Nuestro segundo objetivo fue “identificar la construcción de imaginarios sociales nacionalistas en la historieta a partir del diseño de los personajes”. Este objetivo sí fue cumplido porque pudimos analizar y explicar cómo a través de la figura del Capitán América se construía un imaginario social nacionalista. El ejemplo que dimos fue claro y nuestra investigación fue precisa.

En tercer lugar quisimos “identificar las estrategias utilizadas para orientar el pensamiento en la historieta (en particular, en el caso del Capitán América)”. Este objetivo fue cumplido ya que nombramos las estrategias que se utilizaban en el caso de la historieta del Capitán América.

Finalmente intentamos “describir la construcción de imaginarios a partir de la construcción de la imagen del enemigo y del héroe”. Este objetivo también lo considero cumplido, la construcción de estas imágenes de “enemigo” y “héroe” quedan claras en nuestro trabajo.

Para concluir este trabajo, algunas preguntas que se me ocurren en relación a este trabajo son: ¿Cómo influyó la propaganda política mostrada en las historietas de la Segunda Guerra Mundial en el imaginario social de la población infantil? ¿Cuál o cuáles son las razones por las cuales se encuentra propaganda política en las historietas? ¿Quién o quiénes son los interesados en difundirla? ¿Es la propaganda política un medio eficaz para orientar los pensamientos de la sociedad? ¿A qué sector de la población influye más? ¿Se continúan utilizando propaganda política en la actualidad? ¿Qué similitudes y diferencias tiene con respecto a la de la Segunda Guerra Mundial?

La pobreza infantil en Buenos Aires

Ciro Luna Dapozo

Diseño de Historietas

Síntesis

Esta investigación en un principio comenzó indagando ligeramente sobre la pobreza en un ámbito mundial, para luego pasar a un plano nacional. Al adentrarse más entonces en este universo y especificarse sobre la pobreza infantil en la ciudad de Buenos Aires, se llegó a una hipótesis sobre si la sociedad es indiferente hacia la pobreza infantil. Luego de plantear entonces el marco teórico y un objetivo, se pasó a realizar un trabajo de campo que consistió en entrevistar a un determina-

do número de personas para saber su opinión sobre el tema, además de hacer observaciones directas de la gente cuando éstos ven a los chicos de la calle. Toda esta investigación me llevó a la conclusión de que la gente no es indiferente a la pobreza infantil, es consciente de su existencia, pero nada hace para acabar con este problema social que tiene ante sí.

Conclusión

Al finalizar la investigación de la mirada de la sociedad sobre la problemática de la pobreza infantil pudo llegarse a varias conclusiones gracias a los instrumentos de observación, entrevista, búsqueda bibliográfica y documentación.

Pudo comprobarse en distintas situaciones que la gente mira a los chicos de la calle, los miran y saben de su existencia, son conscientes de que están allí y de que no son invisibles. Por lo tanto a mí entender el problema no radica en que la pobreza infantil no pueda verse, sino que parte de la sociedad es testigo del problema pero no actúa ante ella. Gracias a las entrevistas pudo saberse que son distintos los motivos por los que la gente sólo se limita a darles una moneda a los chicos, una ayuda ínfima que lamentablemente no sirve en lo más mínimo a los niños. En un punto de vista personal, las personas prefieren darles monedas a los chicos sin decirles nada y seguir su camino con la sensación de haber cooperado y haber hecho algo bueno. Sin embargo como se a dicho ya, las monedas no le solucionan la vida a los chicos y la mayoría de las veces esa misma plata siempre van a para a otra manos. La desigualdad social es evidente, mientras unos siguen caminando o viajan sus automóviles, yendo de un lado a otro para cumplir sus ocupaciones u otros motivos, los chicos de la calle permanecen sin ser ayudados ni considerados. La mala distribución del ingreso y de la riqueza da como resultado la visión que a diario vemos pasar con indiferencia, comprobando así que los ciudadanos ciudadanos ven como natural y parte del paisaje a los niños en situación de indigencia, mal nutridos, mal vestidos y mal queridos.

Darnos cuenta de esto nos permite visualizar como sociedad la falta de oportunidades que tienen muchos niños y comprender así nuestra sociedad actual. La falta de oportunidades sociales y económicas, impiden a los niños disfrutar de las mismas oportunidades de los que no la padecen. En consecuencia, la indiferencia de la sociedad hacia los niños los deja vulnerables a la explotación, malos tratos, violencia y discriminación. Por lo tanto la investigación podría afirmar que la pobreza infantil es vista por la sociedad de la ciudad de Buenos Aires, pero que no asume la responsabilidad de aceptar que es un problema de todos y que debe hacer algo para solucionarla.

“Día tras día, se niega a los niños el derecho a ser niños. Los hechos, que se burlan de ese derecho, imparten sus enseñanzas en la vida cotidiana. El mundo trata a los niños ricos como si fueran dinero, para que se acostumbren a actuar como el dinero actúa. El mundo trata a los niños pobres como si fueran basura, para que se conviertan en basura. Y a los del medio, a los niños que no son ricos ni pobres, los tiene atados a la pata del televisor, para que desde muy temprano acepten, como destino, la vida prisionera. Mucha magia y mucha suerte tienen los niños que consiguen ser niños” (*Los alumnos*. Eduardo Galeano. 1990. Pág. 35).

Graffiti

Crista Vielman

Diseño Gráfico

Síntesis

El objetivo del trabajo de investigación, titulado: “Lo micro, lo nuevo, lo diferente y lo urbano”, era de ayudar a estudiantes como yo, a familiarizarnos con lo que es el área de investigación y su contenido. Ayudar a capacitarse en estrategias de estudio y comprensión que luego al final de la carrera, pueden ser de mucha ayuda ya que seremos individuos trabajando en el campo profesional y ya seremos capaces de emplear nuestro conocimiento universitario a la vida real. Este trabajo ayuda a desarrollar una capacidad de observación, de análisis y vinculación, y al mismo tiempo aplicar las técnicas de exposición y presentación, un punto muy importante en la vida profesional. Al tener estos objetivos claros y establecidos, el trabajo de investigación presenta sus pasos a seguir. Primero, como investigadores, tuvimos que escoger un tema que fuera interesante, en este caso fue el graffiti. Luego tuvimos que plantear un problema de investigación, junto con los objetivos, nuestro objetivo general fue averiguar lo que piensan los jóvenes de Buenos Aires acerca del graffiti, y si lo consideran como un tipo de arte o como un tipo de vandalismo. Al tener esto listo, tuvimos que armar un marco teórico en base a los recursos bibliográficos acerca del tema de investigación. Al tener estos pasos listos, se nos fue pedido hacer el diseño de la investigación y escoger nuestra herramienta de investigación cual es una entrevista semi-estructurada. Al tener esto listo tuvimos que salir a la ciudad a cumplir los objetivos de nuestra investigación: averiguar la opinión de los jóvenes acerca del graffiti mediante entrevistas hechas a muestras de nuestro universo. Estas muestras las componen los jóvenes de nivel etéreo entre 17 y 25 años.

Como paso final de la investigación, tuvimos que analizar todo el contenido para hacer nuestras propias conclusiones personales. Al finalizar con todo este proceso hemos terminado lo que nos fue enseñado.

Conclusión

Primero, se puede concluir que los jóvenes de Buenos Aires entre 17 y 25 años conocen lo que es el graffiti, y creen que este consiste en pinturas callejeras. Vemos que a ellos si les gusta el graffiti, y que los tipos de graffiti que les llaman la atención son muy variados.

Estos jóvenes ven el graffiti por toda la ciudad. Los ven en lugares desde las paredes fuera de sus casas, hasta en los monumentos históricos de la ciudad. Aunque vean el graffiti por todas partes, creen que sí debería ser legal, aunque solamente en lugares permitidos y autorizados.

Como también habíamos preguntado acerca de la opinión de los jóvenes acerca de la expresión artística, y del arte, vemos que como resultado, los jóvenes creen que la expresión artística consiste en la expresión de sentimientos a través del arte. Y en cuanto al arte, también creen que consiste en una expresión de sentimientos.

Ya que sabemos que los jóvenes creen que el graffiti es un tipo de arte, y que el arte consiste en expresar los sentimientos, se puede decir también que el graffiti es utilizado por los artistas para expresar sus sentimientos.

Como último punto, podemos ver que nuestra hipótesis inicial fue comprobada con esta investigación. Los jóvenes de

Buenos Aires ven el graffiti como una forma de expresión artística más que como un acto vandálico.

Así como esta investigación logró contestar las preguntas planteadas al principio de la investigación, también abre paso a nuevas preguntas que luego pueden ser utilizadas para una nueva indagación acerca del tema. Al llegar a responder las preguntas iniciales, se crean nuevas preguntas que pueden ser el comienzo de una nueva investigación. De modo que nos podemos preguntar ¿Cuáles son los lugares donde sí debería de ser permitido el graffiti? ¿Cuáles son los tipos de graffiti que deberían de ser permitidos dentro de la ciudad?

Una investigación siempre crea nuevas preguntas, y estas luego se van respondiendo, creando un amplio campo de conocimiento acerca de los temas investigados. Algún día, el tema poco estudiado del graffiti será un tema bien conocido, pero ¿algún día se responderán todas nuestras preguntas acerca de éste? Esto tan sólo se podrá responder con otra simple investigación, lo que responde a la pregunta: mientras existan humanos, como seres curiosos que somos, siempre surgirán nuevas preguntas acerca de temas como el graffiti.

Cátedra: Nicolás García Recoaro

Turismo y discapacidad: el turismo accesible en los hoteles de la ciudad de Buenos Aires

Manuel Campi, Marcos Karger y otros

Licenciatura en Hotelería

Síntesis

El presente trabajo de investigación aborda la problemática de la discapacidad motriz y el turismo, y principalmente hemos planteado nuestro problema de investigación en referencia al turismo accesible las políticas que se ponen en implementación por parte de los hoteles de la ciudad de Buenos Aires. En particular hemos intentado investigar sobre las regulaciones vigentes, las normativas, leyes y proyectos de ley que hay en la ciudad de Buenos Aires, y la infraestructura que brindan los hoteles de la ciudad de Buenos Aires, para alojar a personas con discapacidad motriz.

Luego de realizar una profunda revisión bibliográfica, además de examinar diarios y artículos periodísticos de expertos en el tema, se elaboró un marco teórico de referencia para encuadrar el problema planteado. Además, durante nuestra investigación, hemos consultado a varios representantes de hoteles, los cuales nos brindaron información aproximada y actual sobre la temática de este trabajo.

También, esta investigación implicó realizar entrevistas a varios profesionales, que de alguna manera nos han aportado información útil sobre nuestro problema de investigación. Después de recolectada, contrastada y actualizada la información adquirida en un primer momento, los datos fueron procesados y fue así como se logró obtener, finalmente, una conclusión.

Como estudiantes de la Licenciatura en Turismo, creemos que por medio de nuestra investigación hemos intentado lograr una actitud reflexiva que nos llevó a pensar sobre el tema de la discapacidad y el turismo y, a la vez, pretendimos conocer sobre esta problemática para intentar influir en la sociedad, y de esta manera poder contribuir a una plena integración de las personas con discapacidad motriz en cada una de las esferas sociales.

Conclusión

La integración no es en sí tan dificultosa para la persona discapacitada, lo que resulta en realidad una “traba” es la apertura voluntaria y la predisposición de los no discapacitados. La posibilidad de acceso y utilización libre de los bienes y servicios turísticos por parte de las personas con discapacidad es uno de los elementos que se debe tomar considerablemente a la hora de acreditar, otorgar y reconocer calificaciones de calidad a los establecimientos e instalaciones turísticas (por ejemplo: estrellas para los hoteles).

El trabajo de investigación que hemos desarrollado ha intentado demostrar que buena parte de la normativa vigente en este campo no es cumplida por la mayoría de los hoteles de la ciudad de Buenos Aires. El turismo accesible o turismo para todos no es una cuestión que corresponda en exclusiva a las autoridades públicas, sino que su promoción y fomento es responsabilidad también de todas las instancias privadas (operadores turísticos, agencias de viaje, proveedores de transporte o alojamiento o responsables de atracciones turísticas, etc.) que operan en este ámbito socioeconómico. Creemos que la concientización, la difusión, el asesoramiento y brindar asistencia para todos los ciudadanos, deberían ser acciones básicas de toda organización gubernamental o no gubernamental y de las empresas (en este caso las hoteleras) para lograr una comprensión acabada y objetiva de la discapacidad motriz, y de las necesidades especiales que necesitan los discapacitados al alojarse en un establecimiento hotelero y/o extra hotelero, para poder eliminar la exclusión de estas personas en todas sus formas.

La accesibilidad de los bienes y servicios turísticos no debe provenir sólo de una obligación de las autoridades públicas, que en todo caso deben asegurar el uso y disfrute pleno y efectivo por parte de las personas discapacitadas de las ofertas turísticas existentes. Por eso, se debe exigir el cumplimiento de las leyes sancionadas, y además se deben promover leyes exclusivas para los alojamientos hoteleros y extra hoteleros, reguladas por un ente público, dedicado únicamente a ese tema.

Creemos también que la investigación que hemos desarrollado, por su carácter parcialmente exploratorio, puede servir como futuro aporte a nuevas investigaciones que aborden como objeto de investigación al tópico del turismo accesible. También puede servir para concientizar a los hoteleros de la ciudad, para que tengan en cuenta el turismo accesible y así modifiquen su infraestructura y capaciten a su personal.

El tema y sus favorables implicancias para lograr una plena inserción social de las personas que padecen una discapacidad lo merecen.

Cátedra: Martín García Sastre

Diseño de modas y realidad social: surgimiento y consolidación del movimiento hippie

Martina Actis, Jazmín Avellaneda y otros

Diseño textil y de Indumentaria

Síntesis

A continuación, se podrá ver el trabajo práctico final que hemos realizado. El mismo lleva el título de “Diseño de modas y realidad social: surgimiento y consolidación del movimiento hippie”.

En primer lugar se puede ver el contexto histórico del mismo, más bien ligados a acontecimientos bélicos, los cuales llevaron a una modificación de la sociedad y de la cultura en general afectando no sólo las ideologías políticas y sociales, sino que también al arte y la moda.

Asimismo, en Estados Unidos surge un movimiento cultural formado por jóvenes con ideologías pacifistas y liberales llamados *hippies*. El mismo tuvo un efecto muy revolucionario en todos los ámbitos, ya que a pesar de su intención pacifista y ambientalista, iba en contra de los cánones establecidos en las décadas anteriores.

Conclusión

Para concluir lo realizado en el trabajo, cabe destacar que el movimiento es uno de los más complejos y diversos en la historia actual, ya que tuvo gran repercusión no sólo en su país natal, Estados Unidos, sino que también logró su expansión a lo largo de Europa y Latinoamérica. El mismo logró cambios en la cultura general del momento, afectando el arte en todos sus ámbitos, como la música, las artes plásticas y la indumentaria.

Por otro lado pudimos descubrir que tanto las ideologías como ciertos aspectos de la moda dejaron su legado en la actualidad. Como por ejemplo el rol de la mujer libre y trabajadora, y en el caso de la moda, el *jean* y la ropa batik forman parte de los diseños hoy en día.

Violencia hacia la mujer en el cine español, norteamericano e indio de los últimos 30 años.

Eliana Aragón Erazo, Noelia Chae y otros
Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

Según el diccionario de la Real Academia Española la palabra violencia significa: cualidad de violento, acción y efecto de violentarse, acción violenta o contra el natural modo de proceder o acción de violar a una mujer. En ésta última me detengo y es donde comienzo a preguntarme: ¿por qué se aclara el hecho de que sea una mujer la persona violada? A lo largo de la historia y hasta el día de hoy la mujer sufre de un gran machismo desde la sociedad. A pesar de que el sexo femenino fue adquiriendo sus derechos tras largas luchas, siempre la mujer fue víctima de este tipo de discriminación y en su mayoría a causa del sexo masculino, como resultado dejándola marginada del resto.

Hoy en día la mujer ha evolucionado, pero sin embargo siguen resurgiendo este tipo de cuestiones en todo tipo de situaciones, como lo es en el caso del cine, uno de los medios más masivos junto a la televisión y la radio. En un artículo de la revista *El Arca*, *El cine que hacen las mujeres*, le realizan un reportaje a Lucrecia Martel, directora de cine, la cual admite que no sólo en las películas nos encontramos con el machismo sino a la hora de trabajar detrás de la pantalla. Lita Stantic, una gran directora de cine argentino, confiesa en el mismo artículo que cuando ingresó al cine no había ni directoras ni productoras y que hasta el maquillaje era cosa de hombres. Ambas mujeres sienten que son un ejemplo para las futuras mujeres directoras o productoras que realizarán cine como ellas.

Lo que queremos abordar en esta investigación es cómo está representada la violencia contra la mujer en el cine. Cuáles son los objetivos de estos directores/as, productores/as, guionistas

y demás. Si realmente se busca un fin educativo, de concientización social, un llamado de emergencia, o si tan sólo es un resultado más de la sociedad machista que intenta dejar a la mujer con una imagen inapropiada. Para ello esta investigación tiene como objetivo analizar la violencia hacia la mujer en el cine español, indio y norteamericano de los últimos treinta años.

Conclusión

En este trabajo se me hizo difícil el momento de centrar mis ideales y definir el verdadero rumbo de nuestro proyecto, cambiamos el nombre, y concluyendo me di cuenta de que la mujer violentada en las última tres décadas ha decidido dejar a un lado el qué dirán en sociedad para seguir sus ideales y ser tomada en cuenta. Dicho que hasta la actualidad somos muchas las que estudiamos y pocas las que trabajamos en el mundo con grandes reconocimientos, ya empezando con presidentas en países que se dieron esa oportunidad.

Modernismo Cinematográfico

Cristian Benítez Kauffmann, Sebastián Fernández, Cristian García y otros
Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

En este Trabajo Práctico Final tomamos un período en la historia del cine que consideramos significativo ya que aportó una nueva forma de hacer cine, rompiendo todas las convenciones que hasta ese momento se utilizaban para este arte. A este período se lo denominó "moderno".

A lo largo de este Trabajo Práctico Final, desarrollamos primero una introducción de cómo surgió el cine, y cómo fue evolucionando hasta llegar a la época donde surge el cine moderno. Tomamos en cuenta el contexto social, político y económico para entender este proceso que se fue creando a partir de fines del siglo XIX. También citamos a diversos directores que a lo largo de la historia del cine fueron aportando elementos que fueron constituyentes al modernismo cinematográfico. Luego llegamos al período moderno propiamente dicho, explicando cómo y por qué surge, cuáles fueron sus antecedentes, cuáles son sus convenciones, directores y sus respectivas obras, complementándolos con material gráfico.

Realizamos un trabajo de campo que consta de entrevistas a personas del medio audiovisual y encuestas a alumnos de dicho medio, sacando conclusiones de acuerdo a los resultados obtenidos.

Finalmente, con este Trabajo Práctico Final llegamos a conclusiones individuales y una conclusión grupal general sobre el tema que tratamos y cómo nos influyó realizar esta investigación.

Conclusión

Romper las reglas es un concepto válido siempre y cuando sea verosímil, lleno de sentido y que pueda generar nuevos aportes. Esto es lo que hizo nada más ni nada menos el cine moderno. Tomó las convenciones del cine clásico y las transformó en poesía, en obras de arte. Nos hace sentir, más que pensar. Y esto no se manifiesta en palabras como en un poema o en un lienzo como en un cuadro, sino a veinticuatro cuadros por segundo.

Sin darnos cuenta, muchas películas contemporáneas que nos logran conmover, que nos hacen sentir, quedar fascina-

dos ante un encuadre o primer plano, lo deben al cine moderno. Fue un período corto y para algunos poco valorado, pero que llegó a aportar más de lo que se pensaba. Hasta la industria del video-clip musical debe sus orígenes, entre otras cosas, al cine moderno. Hasta este punto llegó a influir el modernismo cinematográfico en piezas audiovisuales.

Estas películas, sin tener al menos algunos conocimientos previos de lo que son sus convenciones, pueden resultar tediosas y sin sentido. Pero irónicamente así es el cine moderno. Depende del punto de vista de quién lo mire considerarlas obras de arte o alguna locura del director.

Las películas modernas nos demuestran que no hay una sola forma de hacer cine, que se pueden romper las reglas, y que algunas veces, como el caso del cine moderno, dan muy buenos resultados que resulta difícil de superar.

Visión mundial del cine argentino

David Guzmán y Christian Pazmiño

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

Esta investigación sobre el cine argentino, está enfocada en la comunicación del lenguaje audiovisual, desde una perspectiva comercial.

Las películas argentinas tienen mucha aceptación en su país de origen, pero en datos estadísticos se encuentran siempre abajo, de Brasil y México.

Esto nos dio la pauta para investigar, el porqué de este fenómeno.

Además de los efectos visuales y el gasto muy elevado que utiliza Hollywood en sus películas, nos enfocamos en algo más sencillo y con opción a mejorar así como es el lenguaje.

Conclusión

Es necesario tener en cuenta el dialecto del lenguaje del mercado al cual va dirigida la producción, puesto que su interpretación puede o no ser entendida por el espectador y de ello depende el éxito o fracaso de la misma.

Existe insuficiente información sobre las producciones argentinas estrenadas en la actualidad por parte del público en general, lo que refleja estadísticamente un 60% de encuestados a quienes no les gusta el cine nacional.

Las películas con mayor aceptación entre los espectadores son las mexicanas ya que gran parte de las producciones estadounidenses son traducidas en este país, lo cual acostumbra al vidente a sus frases, dialectos y humor, dejando a un lado el mercado a cualquier otro país.

El cine argentino tiene apoyo de su país en el aspecto económico para los nuevos directores, películas y oportunidades para la gente del medio audiovisual, por medio de un porcentaje otorgado de la taquilla nacional, lo cual hace necesaria la motivación de crear un lenguaje neutro y universal.

Como conclusión final de la encuesta realizada días anteriores al público en general no le gusta el cine argentino y el dialecto tiene que ver en su mayoría con su aceptación.

Aporte futuro y tendencias del nuevo cine argentino

Jazmín Nistal Campbell

Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

BAFICI: Aporte futuro y tendencias del nuevo Cine Argentino. Expandiendo mercado internacional.

El BAFICI es el festival internacional de cine independiente de Buenos Aires, este festival es de gran importancia para la Argentina debido a su fuerte impacto en el mercado internacional y la muestra de lo que es el nuevo cine argentino, este festival compite con el festival de Mar del Plata, siendo este de mayor interés para los realizadores contemporáneos debido a su claro planteamiento frente a otros festivales; al decir esto se hace referencia a lo concreto del festival, que en el BAFICI es en cine independiente.

Pero lo que hay que tener en cuenta al estudiar el BAFICI es la importancia del festival para los realizadores contemporáneos; el BAFICI como tal es una estética de cine independiente, por bajos costos y un poco más de libertad para mostrar diversos temas con diferentes estructuras narrativas, esto ha hecho del BAFICI un sitio para ver cine de las nuevas generaciones, que entre otras cosas se ha convertido en un cine para pocos, debido a sus variadas, distintas o extrañas formas de contar cualquier cosa, porque la mayor cantidad de gente que asiste a este tipo de eventos son de la prensa y estudiantes de cine, porque este tipo de cine se ha hecho complejo para la gente del común que cuando asiste no logra decodificar el mensaje correctamente, o, simplemente les parece algo sin sentido o aburrido de ver.

El BAFICI es un festival que le dio un nuevo rumbo al cine argentino y hoy día está ocupando un espacio importante en la agenda internacional, abriendo nuevas oportunidades de coproducciones con distintos países, es una gran oportunidad de mostrar al mundo lo que hace Argentina y también es una oportunidad para que Argentina vea lo que hace el mundo.

El BAFICI exhibe lo nuevo del cine argentino dentro de una estética alcanzable por los realizadores, a esto me refiero a que el cine independiente es el más afable para la mayoría de los amantes del séptimo arte, siendo el BAFICI el sitio para ser exhibido y circulado, dando la oportunidad a los realizadores de llevar su producto a una estancia de reconocimiento nacional e internacional.

Conclusión

Para comenzar deseo que se entienda que el objetivo de esta investigación es lograr que se valore la importancia del festival para la Argentina, por influencias extranjeras, exhibición de películas no comerciales realizadas especialmente para circular en este medio, de esta manera poder mostrar la producción argentina a los medios extranjeros.

Algo que se ha llegado a entender con este proyecto investigativo es la gran fuerza que ha adquirido este festival con respecto a su directa "competencia" del festival de Mar del Plata, en donde los realizadores han preferido exhibir sus filmes en el BAFICI, esto se ha logrado gracias a su buena administración y a su concreta ubicación respecto a la estética concreta que manejan, por decirlo en otras palabras, este festival es uno de los que tienen muy claro lo que piden.

El BAFICI se ha transformado en uno de los festivales más reconocidos a nivel internacional símbolo del cine argentino, es tal su importancia que ya ocupa un lugar en la agenda de los países más importantes, respecto al lenguaje cinematográfico y a su desarrollo económico.

Para finalizar quiero decir que el BAFICI es un festival en donde los realizadores pueden hablar con un poco más de liber-

tad, menos restricciones y más experimentos para aportar a un lenguaje cinematográfico, esto hace que el cine argentino pueda llegar a mostrar una realidad poder denunciar de una manera más global, parte de la realidad argentina que muchos desconocen, personalmente pienso que el nuevo cine argentino está directamente relacionado con el cine independiente, con esto me refiero a que el nuevo cine argentino está completamente influenciado por el BAFICI, y los realizadores están tal vez orientados por el neorrealismo italiano, una denuncia de la realidad con el cine.

El BAFICI es un festival de carácter muy especial que no cuenta ni con el apoyo del INCAA ni con el del país y la gente. Los cineastas quieren poder mostrar lo que crean ya que ellos también son parte de la creación del séptimo arte. Con el pasar de los años la presión que ejerce este festival, tanto a nivel nacional como internacional, es cada vez más grande y más fuerte. También es cada día más reconocido, concurren más espectadores y aprovechan las oportunidades de mostrar lo suyo más directores. Se busca romper con las barreras de lo tradicional y lo cotidiano, se quiere mostrar otra perspectiva del cine, una cara del cine que es poco vista y poco aceptada por la sociedad, pero cada día son más las personas que hacen lo imposible por darlo a conocer y que la gente se abra y lo pueda disfrutar. Este tipo de cine al ser independiente muestra muchas cosas diferentes de diversas maneras, apunta más a la realidad a diferencia del cine clásico. Sin la existencia del BAFICI muchos no tendrían las oportunidades que tienen y no se verían las grandes cosas que un cineasta puede lograr haciendo las cosas de una manera diferente. A través de este festival y de las obras nacionales que se publican se puede dar a conocer lo que es y como es nuestro país, esto nos marca y nos muestra culturalmente. Con todas las oportunidades que existen en nuestro país, se puede crecer, promover la educación, la participación y la ayuda de la gente para dar a conocer nuestro magnífico arte.

Teniendo en cuenta la gran polémica que a desatado este nuevo cine argentino, podríamos hablar de un éxito total y un buen desarrollo de objetivos y ganancia de público, cuando este festival empezó la publicación no fue tan rígida como ahora, la diversidad de categorías y la internacionalidad de las películas y directores hacen que envuelva mas a todo el mundo y no solo sea un pasaje al cine nacional, sino que la idea es ayudar en si a todo el cine independiente que se a estado revolucionando en los últimos años, por otra parte el BAFICI fue un clase de premio para los argentinos, ya que llegó después de esa gran decadencia del cine por el 90, cuando se aprobó la ley 24.377 en 1994, nació el nuevo cine argentino independiente, y después con la cantidad de películas que estaban patrocinadas de alguna forma por el gobierno hubo una gran demanda, sin realmente finalidad, películas que no eran tan comerciales por decirlo de alguna manera, que exigían un público especial, de acá nació el BAFICI, para curar toda la falta de cine que tuvieron muchos años.

Cátedra: Fernanda Guerra

Corea del sur en la década del 70

Priscila Lee

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Este trabajo consiste en relacionar dos variables entre la moda y el imaginario social ya que he elegido un tema sobre Corea del Sur en la década del 70 cuando los pueblos estaban bajo los poderes militares quienes prohibían muchas cosas para dominar el país, Corea del Sur era muy pobre socialmente y económicamente.

Prohibían el uso de polleras cortas en las mujeres, el uso de pelo largo en los varones y vidas nocturnas; no podían salir después de las 12.

Este trabajo mostrará a los militares como maltrataban a los jóvenes o a las personas que generaban resistencias, como creció Corea del Sur, tanto económicamente como socialmente y también de que manera generaban rebeliones los jóvenes hacia lo político.

Conclusión

Para concluir este trabajo, pude responder las preguntas que había hecho para este tema, ya que los coreanos jóvenes se resistían por medio de indumentaria pero no solamente por medio de indumentaria sino también salidas escondidas de noche y generando paros aunque todas estas resistencias mucho no les sirvieron para devolver "la verdadera democracia". Se puede saber también la diferencia de lo social entre Corea del Sur de aquella época y de hoy en día, eran muy cerrado al comparar de ahora.

Personalmente me gustó mucho este tema, es muy satisfactorio porque pude mostrar una pequeña parte de Corea y poder estudiar e investigar más sobre mi país de origen.

El uso del corset en Europa (1880-1900)

Florencia Meddis

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

En el presente trabajo se pretenderá describir la vida que llevaban los europeos durante la Belle Epoque; como lo hacían los distintos sectores sociales en la etapa previa a la Primera Guerra Mundial, las ideologías que regían la moda y el ideal de mujer de la época. También se analizará el contexto económico y social que provocó el cambio en la vida de las mujeres.

Conclusión

Yo creo que este fenómeno fue una importante muestra de cómo lo exterior no es sólo apariencia sino que trae consigo cantidades de motivos, de por qué se usó esto o aquello.

Por qué las damas se comportaban de tal o cual forma, de por qué un día, la realidad la golpeó duro y debieron reaccionar y convertirse en seres sensibles, necesarios para llevar adelante una realidad realmente difícil, la cual desconocían totalmente. Creo que quizás yo, antes de comenzar a investigar y conocer la historia, tenía una visión mucho más irreal y liviana sobre el tema, pero a medida que me introducía en él, me apasionaba cada vez más y, ahora considero que hasta he cambiado mi modo de encarar determinadas situaciones, ya que "no todo lo que brilla es oro".

Paz, amor y libertad

Florencia Ruiz Carbajal

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

El movimiento *hippie* tuvo lugar a principios de la década de los 60, en California, Estados Unidos, proclamaba la paz y el amor universal y la oposición a la sociedad del consumo.

La filosofía “paz, amor y libertad” deriva directamente del movimiento *hippie*. El grupo de jóvenes que se autodenominaban *hippies* se oponían a esa sociedad del consumo, a las guerras, a bañarse, trabajar y en modo de revelación fumaban drogas alucinógenas y practicaban el amor libre.

A partir de este movimiento, la moda se perfiló como un medio democrático para expresar las opiniones personales.

Conclusión

Desde mi punto de vista ellos, que se opusieron tenazmente al consumismo, terminaron siendo parte de él ya que gracias a ellos, el comercio impuso la moda *hippie* en la industria con productos para los jóvenes que incluían *blue jeans* y blusas con flores, vestidos bordados, pulseras, anillos, zapatos, collares, adornos para el pelo y una interminable cantidad de objetos decorativos que finalmente fue la moda que se impuso y no la que los *hippies* deseaban imponer. Aún así no fueron pocos los que se sumaron a este movimiento de adolescentes rebeldes que comenzaron a vivir en pequeñas comunidades lejos de la contaminación de las ciudades. Los *hippies* se opusieron al consumismo y a la violencia y a partir de este movimiento, la moda se perfiló como un medio democrático para expresar las opiniones personales.

Cátedra: Fabián Iriarte

Motivaciones y exigencias de un turista al elegir un centro turístico vacacional

María Victoria Demaría y Jimena Otalora

Licenciatura en Hotelería

Síntesis

Nuestra investigación, básicamente plantea que el turismo en la actualidad ha evolucionado en gran proporción, alcanzando un lugar muy importante en el PBI de nuestro país.

Así como la actividad turística ha evolucionado, también lo han hecho las motivaciones de los turistas, sus exigencias y sus preferencias, por lo cual la principal temática en este trabajo corresponde a las motivaciones de los turistas frente a la elección del destino al que acudirán y del alojamiento que elegirán.

Es por eso que analizamos principalmente el nuevo grupo de turistas que se ha ido formando, y el por qué de su aparición. Claramente está bien diferenciado de los turistas tradicionales, y lo vamos a ver reflejado, más que nada en sus motivaciones y exigencias en el momento de vacacionar y elegir un destino turístico.

A lo largo de la investigación encontramos respuestas a diferentes motivaciones, algunas respetadas por ciertas leyes del turismo, otras no. También identificamos las diferentes clases de turistas existentes, dentro de los tradicionales ciertos subgrupos y dentro de los turistas no tradicionales, dos principales sub-clasificaciones que son el eje de los llamados nuevos turistas.

Estos son individuos que buscan pasar unas vacaciones distintas a las tradicionales, ya que pretenden disfrutar de sus vacaciones al máximo, realizando la mayor cantidad y variedad de actividades posibles. Esto sucede generalmente en aque-

llas zonas muy urbanizadas, por la agitada vida que se lleva en ellas, que no permite disfrutar a las personas de un verdadero tiempo libre y esperan las vacaciones para tener la oportunidad de realizar todo aquello que durante el año no pueden, por tener la obligación de cumplir con sus responsabilidades.

Identificamos a la Costa Atlántica Argentina como el principal destino elegido por los argentinos en el momento de vacacionar y relacionamos esto con las diferentes clases de turistas existentes y la razón por la cual eligen este destino.

Nombramos los principales alojamientos elegidos por los nuevos grupos de turistas, y nombramos las características relevantes de los mismos.

Agregamos encuestas y una entrevista para sustentar la información ya encontrada y poder cerciorarnos de que esta información sea correcta y coincida con los diferentes datos obtenidos.

Conclusión

Al realizar esta investigación teníamos como objetivo principal demostrar que hoy en día el desarrollo del turismo alcanzó un punto muy importante en la economía de nuestro país, a tal punto que fue evolucionando y las motivaciones que normalmente tenían los turistas fueron cambiando y adoptando otro rumbo del que comúnmente conocíamos.

Entonces nos planteamos la idea de demostrar por qué sucedió esto, cuáles fueron los factores que generaron dicho cambio. Por lo cual recurrimos a distintas fuentes que nos fueron proporcionando información válida para poder llevar adelante nuestra investigación. Al mismo tiempo fuimos comparando la información que era muy variada, pero que fue congruente en un mismo punto, en el que el turista fue cambiando sus ideas y motivaciones a la hora de vacacionar.

Aunque en un principio para nosotras la idea de los nuevos turistas era que pretendían nuevos servicios y muchas más comodidades, a lo largo de la investigación pudimos entender que ese nuevo sector de nuevos turistas no sólo está compuesto por aquellos que buscan más confort y mejores servicios a la hora de vacacionar, sino que también existen aquellos turistas orientados a lo ecológico, a visitar el lugar en el que deciden vacacionar pero sin afectarlo, es decir preservándolo, y adaptándose a lo que allí pudieran hallar.

Es decir que, llegamos a la conclusión de que sí existe un nuevo grupo de turistas distintos a los ya existentes, a los tradicionales, que tiene nuevas motivaciones y que son más exigentes de lo que eran los turistas tradicionales, que sólo se conformaban con disfrutar el lugar que visitaban sin ningún objetivo concreto más que el de simple ocio y recreación. Y ese nuevo grupo de turistas está conformado por aquellos que buscan algo más que sólo ocio y recreación, por aquellos que tienen un objetivo bien planteado, y que al momento de decidir el destino de sus vacaciones se toman un tiempo determinado y lo analizan, teniendo en cuenta lo que están buscando, lo que quieren satisfacer, lo que necesitan para sentirse autorrealizados.

Entonces vamos a encontrar aquellos individuos que durante todo el año planean sus anheladas vacaciones, para poder disfrutar al máximo el tiempo libre que tienen y del cual no gozan cuando realizan sus actividades durante el resto del año. Lo primero que buscan es un lugar que les ofrezca la mayor cantidad de actividades y servicios a su disposición durante ese pequeño tiempo que tiene para disfrutarlo. Es decir realizar en quince días todo lo que no pudieron durante todo el año por distintos motivos.

No obstante este nuevo grupo de turistas también está conformado por aquellos individuos que tienen como objetivo de sus vacaciones entrar en contacto con la naturaleza y cultura del lugar que visitan, realizando ecoturismo. Ya que de lo que realmente disfrutan este tipo de turistas es de visitar un sitio y gozar de su belleza intacta, sin realizar ningún tipo de alteración sobre el mismo, teniendo en cuenta y valorando lo rico e importante que tiene el lugar visitado, sin provocar impactos negativos o contaminantes; además este tipo de turistas buscan realizar actividades al aire libre, con lo cual se requiere de un estado físico adecuado para poder realizarlo, y de distintas herramientas que lo permitan, desde el punto de vista del alojamiento como desde el punto de vista de la infraestructura de la zona visitada.

Claramente se puede entender que nuestro objetivo principal de demostrar que existe un nuevo grupo de turistas modernos con nuevas exigencias y nuevas motivaciones fue alcanzado, pero además al estudiar a fondo este punto de vista pudimos encontrar que además existen individuos que buscan en sus vacaciones disfrutarlas de manera más arriesgada y del lado de la aventura. De todas maneras, ya sea que busquen mejores servicios y más comodidades o busquen contacto con la naturaleza, la conclusión es la misma para ambos casos.

Hoy en día la vida urbanizada, genera que los argentinos cada vez más, se dediquen la mayor parte del año a sus responsabilidades, ya sea trabajar o estudiar, y cuando tiene un tiempo para disfrutar, para descansar, buscan exprimirlo al máximo, tratando de poder hacer todo lo que en el año no pudieron porque no gozaban del tiempo necesario para hacerlo. Entrando en contacto con una "realidad perfecta" que sólo durará unos quince días, y que luego culminará en volver al ritmo acelerado de la vida habitual y rutinaria.

Impactos sobre el ambiente provocados por la construcción y el funcionamiento del Hotel Neo Formosa

Cecilia Goiburú

Licenciatura en Hotelería

Síntesis

El presente trabajo de investigación trata el tema de los impactos positivos y negativos, que causa la construcción, como así también el funcionamiento de un hotel 5 estrellas llamado "Neo Formosa", ubicado en la provincia de Formosa, teniendo en cuenta el desarrollo en el que ésta se encuentra y las condiciones y costumbres con las que viven sus miembros. Para poder realizarlo se utilizaron fuentes primarias, como ser diferentes libros y una matriz para evaluar impactos (matriz de Leopold), para poder realizarla se contó con la ayuda de la arquitecta Natalia Tibiletti y como último recurso se acudieron a dos páginas de Internet.

También se realizaron encuestas a las personas que viven en las cercanías de dicha edificación, y una entrevista a la doctora Patricia Ruiz, quien ha realizado trabajos con diferentes hoteles, e incluso trabajó en la provincia de Formosa.

Conclusión

Luego de la realización de este estudio y de haber incluso entrevistado y mas aún encuestado a personas que conocen sobre el hotel, puedo decir que la forma en la que impacta la construcción de este hotel es enorme, y si bien muchas veces lo hace a nivel inconsciente para nosotros, creo que se

debería tomar conciencia y exigir medidas para disminuirlos, porque mas allá de todos los beneficios que trae aparejados (que son mínimos al lado de los impactos negativos) no dejan de ser los mas perjudicados los seres humanos.

Pienso que también estamos siendo muy egoístas con la naturaleza, debido a que construyendo edificios, hoteles, y muchas otras cosas, estamos degradando su hábitat e imposibilitando su buen desarrollo. Es por eso que creo, debemos tomar más conciencia, y actuar sobre este fenómeno, mucho más aún en aquellos lugares donde se los construye y realmente no hay quién los demande.

Cátedra: Alicia Laszlo Holland

Mademoiselle Coco Chanel

Celina Damiani

Diseño Industrial

Síntesis

El trabajo "Mademoiselle Coco Chanel" en síntesis describe cómo la diseñadora fue evolucionando como persona y como marca principalmente. Como también fue aprovechando las oportunidades que le dio la vida para lograr ser la persona que fue. Desde lo más bajo de los estratos sociales construyó un imperio de la moda, que sigue en pie hoy en día.

Quién tenga acceso a esta investigación conocerá verdades sobre Gabrielle Chanel como también lo peculiar que ella era. Tratándose de una mujer tan única en la historia, es imposible no considerar este trabajo de sumo interés ya que en pocas palabras describe cómo se formó una de las marcas más conocidas a nivel mundial. Me parece una historia de lo mas inspiradora.

Conclusión

Disfruté mucho el hecho de haber llevado a cabo mi investigación acerca de Coco Chanel. El tema ya lo consideraba interesante y una vez que lo desarrollé me fascinó. Considero a esta diseñadora una de mis favoritas y es muy influyente en mi estilo personal. Me llenó de inspiración estudiar a una mujer tan fuerte, tan llena de opiniones y tan peculiar en todo lo que hacía y emprendía. Fue una perfeccionista en todo lo que emprendía y nunca se dejó influenciar por distintos estilos.

Christian Dior

Fiorella Firessolo

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Christian Dior fue uno de los diseñadores de alta costura, más importantes del siglo XX. A lo largo de la investigación nos informaremos sobre su vida personal, y sus trabajos más importantes. Desde sus comienzos, seguido por la revolución que generó el *new look* en el año 1947 hasta la actualidad. Hoy a 52 años de su muerte, sigue vigente con la firma Dior, a cargo de John Galiano como una de las marcas más finas, clásicas y elegantes.

Se presentarán los personajes más significativos de su vida, quiénes lo lanzaron a la fama, quiénes trabajaron con él y quiénes siguieron trabajando a pesar de no seguir con vida. En conclusión es un proyecto muy completo ya que se inves-

tigó a fondo sobre la vida del diseñador, en fuentes sumamente importantes y ricas en información.

Conclusión

Con esta investigación aprendimos muchísimo sobre la vida de los diseñadores Yves Saint Laurent y Christian Dior, ambos compartían muchas cosas, pero a su vez discernían en otras como por ejemplo había diferencias considerables entre la concepción de Dior y la de su heredero Yves Saint Laurent.

Dior tenía en mente una mujer adulta y muy femenina, cuyo encanto residía en su elegancia atemporal. Deseaba mantener la tradición y el lujo de épocas pasadas en la alta costura y su mayor sueño era “liberar a las mujeres de la naturaleza”. El joven Saint Laurent, por el contrario, no sólo deseaba rescatar la naturaleza de la mujer. Quería situarla en los anárquicos y turbulentos años sesenta. Pero aunque Dior, mirara hacia el pasado y Saint Laurent se lanzará hacia el futuro, les unía una cierta afinidad espiritual.

Ambos crecieron en familias burguesas y pudientes, ambos se dieron cuenta muy pronto de su homosexualidad, y a su vez idolatraban a sus elegantes madres. Los dos se volvían locos por los libros y tenían tendencia a la intelectualidad, conocían el arte a fondo y los dos eran extremadamente tímidos. Desde muy jóvenes mostraron un talento extraordinario para el diseño de moda y ambos eran muy supersticiosos.

Otra de las grandes diferencias encontradas entre los dos famosos diseñadores era que mientras los voluptuosos y elegantes diseños de Dior eran siempre acogidos por entusiasmo, los experimentos de Saint Laurent a menudo forzaban demasiado al público.

Vestimenta de la India y su influencia en la Argentina

Adela Gurdíán Peralta

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Para la investigación realizada en la clase de Introducción a la Investigación se ha escogido el tema de la vestimenta de la India y su influencia en la moda argentina. Básicamente trata sobre la vestimenta típica de la India y cómo influyó en los pasados años la forma de vestir en Argentina. La investigación empezó con el mero interés de la vestimenta en India pero después se incorporó en la moda Argentina y la del mundo. También porque era más fácil investigar viviendo en Argentina y teniendo un contacto más cercano con la moda aquí. Escogí este tema para desarrollar, porque es un interés personal, siempre sentí curiosidad por la cultura India y por sus vestimentas típicas, sobre todo las femeninas. Hace un par de años vi una película llamada *The Darjeeling Limited* del director Wes Anderson que trata de un viaje espiritual de tres hermanos por toda la India; siempre he tenido la ambición de viajar por el mundo y esta película no sólo me despertó un interés por conocer India sino también con sus exóticas muestras de la indumentaria india me cautivó sus vestimentas. Con este tema de investigación también pude ligar el proyecto con mi carrera: Diseño de Indumentaria. Creo que es importante para mi vida profesional realizar esta investigación ya que en el mundo de la moda, la influencia de la vestimenta y de los diseñadores de modas indios han crecido significativamente en los pasados años, también porque mi estilo personal de

vestir se relaciona con este país y es esencial que conozca más a fondo del tema para trabajar verdaderamente con la indumentaria india y su influencia en Argentina y el Occidente.

Conclusión

Los resultados de la investigación fueron meramente satisfactorios. Disfruté la realización de esta investigación porque desde el principio se escogió un tema que era de interés personal. También disfruté la investigación porque verdaderamente me servirá para mi vida profesional futura. También fue un proceso de investigación interesante y divertido porque no sólo era una bibliografía escrita atractiva, pero también haber tenido que salir a las calles para la búsqueda de información hizo que la investigación no fuera aburrida de llevar a cabo. Esta investigación me hizo aprender mucho más que solo datos sobre el tema, también conocí más de Argentina cuando salí a buscar información y conocí gente muy interesante que tuve que entrevistar y me dieron información que recordaré más que todas las páginas de Internet o libros que lea. Crecí como persona porque tuve que resolver problemas con los que no había lidiado anteriormente y los tuve que solucionar sola, y finalmente me ayudó a buscar las bases de mi estilo y gusto de indumentaria.

Cátedra: Ernesto López

Calvin Klein: la sexualidad en la publicidad de los jeans y fragancias

Adriana Baquerizo y María Paula Herrera

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

Es una realidad de la sociedad actual que la publicidad ha aparecido masivamente en los medios de comunicación y en todo aquello que se encuentra en el entorno de los posibles consumidores de productos; la publicidad cada día busca nuevas técnicas para llegar a las personas y hacer llegar el mensaje de la compra de diversidad de productos, estas técnicas o rutas para llegar a la sociedad se derivan de estímulos relacionados con todo lo que afecta la cotidianidad o la naturaleza del ser humano.

La sociedad cambia, las opiniones se modifican, sin embargo, la naturaleza humana prevalece, es por eso que aspectos propiamente internos del ser humano, como: el deseo sexual, el libido y la figura humana, cada día se ven más vinculados a los medios de comunicación y por supuesto a la publicidad; viendo estos aspectos y cómo ahora forma parte de la cotidianidad, ver hombres y mujeres desnudos en los anuncios publicitarios. Se seleccionó a una de las marcas que tiene sus campañas publicitarias basadas en la sexualidad: Calvin Klein. Esta marca se enfoca en despertar el deseo del consumidor por medio de imágenes provocativas y netamente sexuales, específicamente en dos de sus productos: jeans y fragancias, aquí se ve el valor de la sexualidad como herramienta publicitaria. Al realizar un estudio de la elaboración y manejo de las campañas de estos productos de la marca Calvin Klein, se pueden analizar los efectos de la sexualidad como herramienta publicitaria y el *sex-appeal* como método de ubicación de producto en la sociedad, en este caso la sociedad argentina, por medio de encuestas se analizará la opinión que genera este tipo de publicidad.

Conclusión

Por medio de la investigación realizada para la elaboración de la presente monografía, se puede entender el uso de la sexualidad como herramienta en las publicidades, específicamente en aquellas que realiza la marca Calvin Klein. Esta marca posee un gran prestigio que ha perdurado desde sus comienzos hasta la fecha, caracterizado por su alta costura y precios accesibles.

En las piezas gráficas de sus campañas publicitarias, ha creado gran impacto debido a la sexualidad empleada, que es utilizada como una herramienta publicitaria, que atrae al receptor del mensaje. La publicidad busca satisfacer los deseos, dar a conocer un producto, crear un impacto en el consumidor, que lo motive a seguir adquiriendo productos de la marca. La sexualidad que se utiliza en la publicidad, aparece debido a la fuerza de atracción que ejerce en el consumidor.

Calvin Klein fue una de las marcas pioneras en utilizar una combinación que creó un gran impacto en los consumidores, generando así un incremento en las ventas; esta estrategia fue combinar sexo y personajes famosos en sus publicidades.

Existen diferentes grados o niveles de sensualidad, por medio de los cuales las piezas gráficas se dirigen a un segmento o público determinado. Cada segmento del mercado requiere de una manera o método que permite llegar a él. Es por esto que ciertas publicidades generan mayor impacto o atracción en un público determinado que en otro. Si se emplea la sexualidad en las publicidades, es por la simple razón de que para muchas personas que se mueven en el entorno publicitario "el sexo vende"; tal vez el grado de sensualidad que utilicen depende de la reacción que quieran generar en el público.

Por medio de encuestas se analizó la opinión que genera este tipo de publicidad y llegamos a la conclusión de que la sociedad Argentina inclina su grado de aceptación hacia lo sensual más no hacia lo sexual.

Influencia de la propaganda nazi en las publicidades contemporáneas

Etienne Budes

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

El tema a tratar en nuestra investigación será la influencia de la propaganda nazi en las publicidades contemporáneas. Creemos que es un tema de gran importancia porque la publicidad no sería lo que hoy es, sin tomar elementos antes desarrollados durante la era nazi. Lo que queremos es profundizar nuestro conocimiento acerca de la propaganda nazi y de la influencia de la misma. Nuestro objetivo es demostrar qué tanto hay de los elementos utilizados por los nazis en las publicidades actuales.

En la siguiente monografía explicaremos cómo surge la propaganda nazi, sus características, el por qué de su efectividad y cómo influyó en las publicidades cotidianas. También analizaremos si verdaderamente los principios propagandísticos de Joseph Goebbels siguen presentes hoy en día.

Conclusión

Con todo lo mencionado y tras haber analizado e investigado acerca del tema llegamos a la conclusión de que nuestra hipótesis es verificable. La misma sugiere que la propaganda nazi tiene aún vigencia en la actualidad, es más, marcó de tal

manera la forma de hacer propaganda y publicidades políticas que ya la publicidad no sería lo mismo sin sacar elementos de la época nazi. Más que la propaganda nazi, sus principales principios. Lo que resultó muy útil, fueron los principios de Goebbels. En base a esto se pudo generar un amplio análisis del tema que nos llevó a darnos cuenta de que aún siguen en vigencia. La política actual se apoya mucho en estos pilares. El más común de todos es el punto de cargar los errores de uno sobre el otro, y en vez de mencionar los objetivos del partido, o sus planes e ideas, tienden a explotar los puntos débiles de los partidos oponentes, para hacerlos perder popularidad. Lo hacen con tal violencia y de tal manera que generan una rivalidad, que los convierte en enemigos, entonces aquí vemos cómo los principios de Goebbels son utilizados, para intentar destruir al partido opositor, mostrando sus debilidades.

Joe Colombo

David Caicedo Henao

Diseño Industrial

Síntesis

Como diseñador, dibujante, creador e innovador, fue y es reconocido Joe Colombo; que con su ingenio e imaginación cautivó al mundo del diseño en la década de los años sesenta y aún en nuestros días lo sigue haciendo con sus grandes diseños. A partir de la postguerra, Italia renace mundialmente como centro del diseño mundial, con exponentes como Joe Colombo, que con la utilización de nuevos materiales, reemplaza materia prima y procesos de producción, por menor costo y mejor calidad e innovación de diseño.

En formas, colores, estilos y hasta en funcionalidad, el futurista diseñador Italiano, Joe Colombo, se ve reflejado en la realización de este trabajo donde trascienden sus ideas y ambientes, inspirando hacer una propuesta de diseño, ilustrando su uso de formas orgánicas y combinarlas con el entorno.

Conclusión

Decidí elegir temas que me llamaban la atención como eran: el diseño de mobiliarios, diseño Italiano de los 60's y de sillas, unificando estos tres pude formular el trabajo y profundizar en un diseñador reconocido de aquella época: Joe Colombo.

El tema de Joe Colombo y sus diseños, se encuentra rodeado de varios conceptos y temáticas relacionadas al entorno, en el cual se desarrollaba su carrera y trabajo, y en el ámbito socio cultural en que vivía. El boom de la postguerra, llamaba explícitamente a todo diseñador y arquitecto, ayudar a la renovación y reconstrucción de los países afectados en Europa. De esta manera empieza el auge del diseño industrial y el diseño en sí, y de la estructuración de este mismo, independizando cada rama del arte y el diseño por separado.

En la actualidad el diseño se encuentra bastante combinado, donde las ideas de creaciones nuevas se mezclan con ideas anteriores, creando modelos y diseños híbridos, dando una apariencia moderna-clásica, con el toque moderno y tecnológico de la época. Los diseños de Joe Colombo, no se quedaron atrás, en parte sus obras y trabajos son reconocidos como los primeros diseños futuristas, dándole paso a muchos nuevos artistas y diseñadores en la producción y creación de objetos.

Las marcas Cheeky y Mimo & Co

Laura Ceballos, Giuliana Vaninetti y otros
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

La presente investigación indagará sobre las técnicas de comunicación que utilizan las marcas Cheeky y Mimo & Co.

Se buscará descubrir si las publicidades que utilizan estas empresas de indumentaria para niños, van dirigidas a ellos, o si son publicidades basadas en el vínculo parentesco, es decir, que llegan a los niños pero su objetivo es que sean los padres los que se vean influenciados por las mismas, ya que el objetivo de las publicidades que manejan estas marcas de ropa, es modificar las actitudes y comportamientos de los consumidores por medio de la persuasión.

Por último se realizará un análisis de las diferencias y similitudes de estas dos marcas, para que de esta manera se logre tener un panorama general de los perfiles que tienen cada una como empresa.

Conclusión

Luego de realizar el presente trabajo, surgieron diferentes interrogantes, que fueron respondidos, gracias al análisis de la diferente información que se encontró y seleccionó en el proceso de investigación, el análisis de esta información, fue la base para generar diversas conclusiones referentes al tema y a su investigación.

Como ya se sabe, si bien los padres son los que pagan la ropa de los niños, y es precisamente a ellos a quienes van dirigidas las publicidades que realizan estas dos marcas. Logran captar su atención, mostrando en las piezas gráficas a niños de corta edad, exhibiendo las colecciones de la temporada, con un aire de sofisticación y formalidad que los asemeja a los adultos. Estas campañas publicitarias se enfocan en generar un gusto masivo por este tipo de ropa, manipulando las decisiones de los padres ya que usan como locación diferentes lugares del mundo que son ícono de la moda, resaltando los atributos diferenciadores de estas dos marcas, que son la perspectiva de comodidad y elegancia a la vez. Los padres siempre buscan lo mejor para sus hijos, basándose en las necesidades que cada niño puede tener, por esta razón en el momento de comprar algún producto observan tanto el producto como la marca y el efecto que produce en sus hijos.

Crocs

Ariel Eskenazi
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

La monografía realizada de la empresa Crocs, es una investigación que se ha realizado en la Argentina, acerca de la introducción de sus productos en el país.

De la misma manera se ha investigado acerca del origen de la empresa, sus comienzos y el desarrollo de las mismas.

A partir de las diferentes encuestas y gráficos realizados, hemos analizado los productos Crocs logrando una investigación más profunda.

Conclusión

Para finalizar podemos decir que la empresa Crocs ha logrado un buen posicionamiento de mercado por su reconocimiento

en la gente y tiene una buena proyección a futuro en la industria del calzado. Más específicamente en el mercado de sandalias si es que puede lograr resolver sus falencias.

A partir de las encuestas realizadas nosotros logramos darnos cuenta que la empresa Crocs aun así, debería cambiar algunos aspectos para poder mejorar.

Hemos observado que el diseño de sus calzados no es su fuerte en cuanto a la estética pero a su vez es innovador y se destaca por la comodidad de sus productos.

El público entrevistado coincidió en que la forma de sus calzados es muy grande, que sus colores son muy básicos y que sus diseños lisos hacen que el calzado sea menos interesante.

De todas formas y debido a los estudios de mercado que la empresa realizó y a las diferencias en cuanto a los gustos del público argentino con respecto a otros países, la empresa Crocs realizó campañas de comunicación a través de la prensa, produjo una gran inversión en materiales de POP en sus puntos de venta y realizó eventos, asociando sus productos con celebridades famosas del país para poder lograr un mayor volumen de venta.

Cátedra: Alicia Macias

Bulimia y anorexia: la percepción de los ideales de belleza en las preadolescentes. El problema de los talles

Manuela Flores Larrea
Producción de Modas

Síntesis

En esta investigación lo que nos propusimos fue profundizar acerca de los desórdenes alimenticios en niñas preadolescentes, en especial la bulimia y la anorexia. Dos enfermedades que en los últimos 5 años están más vigentes que nunca. Lo que a nosotras nos preocupaba era saber cuál era la percepción de las preadolescentes (12 a 13 años) respecto a este tema y hasta qué punto el mercado actual, a través de los talles de la ropa, influían en que las niñas padezcan problemas con el modo de comer, y si también se veían afectadas emocionalmente.

Nos propusimos llevar a cabo nuestro objetivo y conocer respuestas a lo que nos inquietaba. Para esto realizamos un recorrido, con una preadolescente con contextura física normal, por las diferentes marcas de ropa que están de moda en la actualidad, y así poder verificar si los talles difieren o no entre sí. También encuestamos a cinco chicas para saber cuáles eran sus sentimientos en el caso de que no consigan talle para ellas. Como resultado de la investigación, vimos que la gran mayoría de las niñas preadolescentes consiguen talle en las marcas de moda, pero las de contextura física mayor no consiguen, provocando sentimientos de inseguridad y tristeza, pudiendo llevarlas al comienzo de un desorden alimenticio para evitar esta falta de talles en las marcas de primera línea.

Conclusión

Podemos concluir que aunque muchas de las chicas preadolescentes consiguen talles en las casas de modas, hay otras que no y esto les provoca inseguridad y tristeza, pudiendo llegar a causarles una relación problemática y culpable con la comida, y así desarrollar algún tipo de trastorno alimenticio. Por lo tanto el tema de los talles no es el único detonante de

estas enfermedades, hay muchos factores influyentes que también ayudan al desarrollo.

Habiendo ya realizado la investigación, por medio de las consecuencias observacionales, podemos decir que nuestra hipótesis inicial fue refutada, ya que todas consiguieron talles para ellas a pesar de los límites que presentan las marcas. Por consiguiente sería bueno seguir investigando hasta qué punto influyen la sociedad y los cánones comerciales de belleza.

Cátedra: Andrea Mardikian

Respaldo digital

Solana Hernández y Sandra Lorena Rojas Jiménez
Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

La intención de este proyecto es analizar la relación dual que tienen los antihéroes con el bien y el mal, en películas como *Taxi Driver*, *V de Venganza* y *Hombre en Llamas*. Para esto, es importante primero entender los distintos tipos de héroes a través de la historia y su significado. Una vez presentado esto, se analiza la manipulación por parte de los medios sobre las acciones de estos personajes y cómo ésta, los obliga a utilizar una máscara, a veces material y otras simbólicas. Esto es analizado desde el punto de vista psicológico. Por último, se hace una comparación entre antihéroes de la ficción y antihéroes de la vida real para llegar a la conclusión de que todo ser humano es inevitablemente un antihéroe.

Conclusión

A través de la historia, el concepto de héroe se ha transformado para pasar de un ser perfecto a una aproximación del ser humano normal. Esto genera el concepto de antihéroe. Al hacer esta transición, el personaje es juzgado por la sociedad obligándolo a ocultarse detrás de una máscara, la cual puede ser tangible o psicológica. Este juicio es regulado por los medios de comunicación que actúan como interlocutores entre las acciones de los personajes y la sociedad. Esto se evidencia al comparar los personajes del corpus investigado con los personajes de la vida real. De esta manera se muestra un verdadero héroe. Este héroe es más humano y creíble que a pesar de no ser un ciudadano modelo, y no llevar una vida ejemplar, de una forma u otra se las ingenia para “salvar el día” (frase utilizada comúnmente en películas de héroes), a pesar de sus imperfecciones. Lo importante es la moraleja del trabajo en sí, la cual dice que cualquiera de los integrantes del mundo puede ser un héroe y, paradójicamente un antihéroe a la vez.

Mito y cine

Tai Jiun Hong y Mariano Obligado
Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

Una de las cosas que me sirvió mucho es saber cómo trabajar organizado, si bien el ejercicio de este trabajo se tiene en cuenta cada parte de su estructura, partiendo de esos puntos se plantea a buscar los detalles. Al principio pensaba que el trabajo práctico se trataba sobre la investigación previa para realizar un guión, sin embargo, en realidad, el ejercicio sirve para escribir una historia, al tener las informaciones desear-

das, o útiles, se puede conocer más acerca del tema. Aunque este trabajo de investigación se relaciona con otro campo, cuyo título es Mito y Cine, tal contenido es sobre la relación ya sea general o específico acerca del mito y su existencia en el cine. En nuestro trabajo se parte de los autores Vogler y Campbell, sobre la influencia del mito, cómo Vogler aplica las teorías de Campbell al cine, y la influencia del cine norteamericano en el mundo. Todo esto es interesante para conocer más el tema del mito y su influencia en el cine, en cuanto a la hora de escribir una historia, ya que los héroes tienen mucho que ver con los antiguos mitos. Sin embargo, personalmente diría que si el trabajo consta de hacer una investigación sobre el tema de la historia, o sea para escribir una historia, sin tener algún conocimiento previo, se hace una investigación exploratoria, obteniendo datos suficientes para poder insertarlos, y/o dejar bien concreta y razonable la historia.

Conclusión

Luego de demostrar, por qué las estructuras del mito influyen en todo tipo de relatos, y que las sociedades a través del tiempo utilizaron dichas estructuras para la manipulación de las personas. Pudimos demostrar a través de ejemplos de hechos históricos y películas, que el cine norteamericano tomó del mito sus estructuras y lo utilizó como medio difusor de símbolos propios e ideales nacionalistas.

En resumen vimos que hay dos fenómenos que se dan en la mitología; una estructura narrativa común, con personajes que cumplen roles similares y una utilización de los mismos por parte de las cabezas religiosas de las sociedades para la dominación de las masas.

Dichos fenómenos, en mayor o menor medida se dan también en el cine, utilizan la estructura narrativa de los mitos, colocan personajes, con roles arquetípicos y utilizan (conscientemente o no) sus películas para dar una imagen, a veces equivocada de la realidad.

Se destaca también que las religiones muestran símbolos religiosos, como hechos literales, lo que hace que se pierda el verdadero mensaje que quiere transmitir. En una película de índole comercial ocurre lo mismo. El espectador, conmovido por los acontecimientos, se rinde ante los símbolos norteamericanos y valores de los mismos. Esto sucede también porque el espectador no va a ver películas comerciales con el fin de reflexionar, ni pensar sobre temas del mundo actual, sino que va a relajarse y ver la historia que le propongan y de esta manera poco a poco, el espectador asocia musulmán, con terrorista, latino con narcotraficante y negro con criminal. Se puede concluir también que quienes dominan los medios de comunicación, transmiten el mensaje que ellos quieren, dando un margen de interpretación, alto o bajo, según les convenga.

Cátedra: Zulema Marzorati

Malvinas transgresora

Dino Bertelli, Marianela Sarda y Esteban Simari
Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

Nuestro trabajo, “Malvinas transgresora”, lleva este nombre ya que desde un comienzo resulta la transgresión, de un país –Inglaterra– invadiendo tierras ajenas; la transgresión de un

gobierno de enviar a los jóvenes al combate, desprovistos de experiencia y equipamiento y de la más básica de las necesidades: la alimentación. Malvinas representa para nosotros la transgresión de muchos derechos humanos, dejando consecuencias evidentes, y otras latentes. Buscando reflexionar sobre los cambios históricos y cómo éstos han sido representados por la producción cinematográfica, hemos realizado una investigación cualitativa y cuantitativa.

Analizamos el film, *Iluminados por el fuego* (Bauer, 2005), donde Esteban, es un periodista que un día recibe una llamada inesperada. Marta, la ex esposa de su amigo Juan, lo llama contándole que él está en el hospital tras un intento de suicidio. Juan había estado con Esteban durante la guerra, y a partir de esa llamada, de las idas al hospital y de las conversaciones con Marta, a Esteban lo invade repentinamente el recuerdo de la guerra, 23 años después.

Todos aquellos recuerdos reprimidos de aquel tiempo, resurgen. Esto fue el disparador para plantearnos distintos objetivos. Primeramente, investigar las repercusiones de la crisis del 2001 en los ex combatientes. Seguidamente, indagar sobre la reinserción laboral de los mismos y por último, abordar las medidas de reinserción propuestas por el gobierno argentino para ellos.

Esto responde al planteamiento de Marc Ferro¹ (1995), quien considera al cine como fuente y agente de la historia. Fuente, porque nos muestra a la sociedad del momento en que se filma la película, y agente, porque muchas veces, produce algún cambio en los espectadores.

Así abordamos a la sociedad argentina, del año 2005, y el trato que recibieron los ex combatientes. Éstos, habiendo sufrido algunas de las peores represiones, intentan salir adelante.

Sin embargo, en el film nos encontramos frente a una triste realidad: que la mayoría de los jóvenes que volvieron de la guerra, no lograron reinsertarse en la sociedad ni superar todo lo vivido. Por el contrario frente a la crisis económica y política, vivida en la Argentina en el 2001, aumentó el número de suicidios.

En su obra sobre el suicidio, Emilio Durkheim (1995)², considera a la sociedad como un ser supra-individual, diferente a las conciencias individuales que la componen y rectora de los destinos de sus integrantes. Agrega además que cada suicida da a su acto un sello personal que expresa su temperamento y las condiciones especiales en que se encuentra.

Otro autor, Carlos Tossini expresa que el suicida se elimina movido por rencores, miedos, desamparos y escapismos infantiles no superados, o resurgidos frente a presiones del ambiente que lo rodea. El suicida quiere desaparecer, huir del mundo de los vivos, tal como el emigrante resentido desea abandonar definitivamente a su patria (Tossini, p. 22).

Por último, mencionamos a Carlos Martines (2007)³, quien nos da algunas estadísticas sobre el tema. Durante las dos últimas décadas del siglo XX y los primeros años del siglo XXI, el número de muertes por suicidio en Argentina en un promedio anual, se incrementó en un 56% pasando de dos mil a tres mil muertos anuales.

El aumento fue mayor en los varones que en las mujeres. Tuvo su pico en el último periodo analizado coincidente con la grave crisis social del 2001. En base a estas estadísticas y a los autores analizados, nos planteamos que la crisis política y económica del 2001 agravó la salud psicofísica de los excombatientes, 20 años después de la guerra. De esta manera, la crisis fue un importante detonante que los llevó a la autoelimi-

nación, haciendo resurgir aquellos rencores y temores reprimidos anteriormente, lo que los llevó a tomar esta grave decisión como una vía de escape al contexto que los rodeaba.

Conclusión

• Conclusión de Marianela Sarda

La película *Iluminados por el fuego* (Bauer, 2005), nos plantea las consecuencias que la crisis política y económica del 2001 en Argentina tuvo sobre los ex-combatientes de Malvinas. Ésta agravó su salud psicofísica y se convirtió en un importante detonante que los llevó a la autoeliminación; haciendo resurgir aquellos rencores y temores reprimidos autoritariamente, tomaron esta decisión como forma de escape al ambiente que los rodeaba.

Por otro lado, a través de la bibliografía consultada, me sorprendió la cantidad de personas que se suicidaron luego de la guerra y de la crisis económica.

El film se convierte en agente de la historia porque me muestra la situación psicofísica de los ex-combatientes y me produce un cambio, cómo poder ayudarlos.

• Conclusión de Esteban Simari

El film *Iluminados por el fuego* (Bauer 2005), fue el disparador para analizar uno de los hechos más controversiales de la sociedad: el suicidio, y a través de él acercarme, a la vida de los ex combatientes de Malvinas. En sus personajes se reflejan los horrores de la guerra, y la escapatoria que uno de ellos buscó al intentar quitarse la vida.

Puedo confirmar, de esta manera, nuestra hipótesis: que la crisis política y económica del 2001 agravó la salud psicofísica de los excombatientes, 20 años después de la guerra. Así este film se convierte en agente de la historia, haciéndome reflexionar en mi conducta, y actitud frente a quienes cumpliendo órdenes, perdieron casi todo. Sin duda este trabajo de investigación me invita a intentar comprender la situación de los ex combatientes, y mi responsabilidad para con ellos.

• Conclusión de Dino Bertelli

Mi primer planteo durante esta investigación, es la palabra "ex-combatiente". Me encuentro en desacuerdo con la sociedad y su forma de llamar a una persona que luchó por nuestro país y tal vez, sin querer hacerlo; siendo obligados.

Un ex-combatiente es denominado así, porque algún día formó parte de un conflicto bélico, pero a mi parecer y las cifras me respaldan, la mayoría siguió luchando hasta el día de hoy. Por eso es que creo que no son ex-combatientes, sino combatientes.

Mi segundo planteo se refiere, a nuestra hipótesis. Nosotros creemos que la crisis del 2001 agravó el estado psicofísico de nuestros combatientes, quienes bajaron sus armas el 14 de junio de 1982, para levantarlas el día de su muerte.

El número de suicidios ha superado al de muertos en combate, entonces yo me replanteo, ¿realmente la crisis agravó su situación, o nuestro país ya se había adelantado?

La crisis influyó en muchos, sí, es evidente, pero nuestro país ya los había abandonado muchos años atrás. Es triste decirlo, pero estos chicos, enviados con 18 años y sin la menor idea de cómo matar, cargan con esa mochila desde el día que se presentó la rendición ante Gran Bretaña.

Nuestra hipótesis es evidente, pero no creo que sea el por qué de los suicidios sino el abandono de nuestra querida Argentina hacia estos muchachos.

Notas

- 1 Marc Ferro (1995). Historia contemporánea y cine.
- 2 Emilio Durkheim (1995). El suicidio.
- 3 Carlos Martines (2007). Introducción a la Suicidología.

Cátedra: Alejandra Niedermaier

Los efectos especiales en la industria de cine

Ezequiel Anile

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Los efectos especiales en la industria de cine permiten obtener imágenes que no se logran por medios normales, ya sea por su grado de riesgo o alto costo.

Se dividen en digitales, mecánicos y sonoros.

Con la apertura del primer cine, en 1895, se inició un proceso de transmisión de ilusiones al espectador, creando un ambiente real o fantástico. Se cuenta una historia envolviendo al público en la ilusión de que algo es real cuando no lo es.

Algunos ejemplos de los progresos de los efectos especiales se pueden apreciar comparando películas de los años 30 (Ejemplo: *King Kong*), con las más actuales de la década del 90 (Ejemplo: *Jurassic Park*).

Para comprender una película, debemos interpretar la narración, ficticia o no, y por medio de la curiosidad tratar de satisfacer las expectativas creadas para su final. Debemos conocer también el estilo logrado por la fotografía, montaje. No menos importantes, son los decorados, iluminación, vestuario, actores, que le otorgan el grado de realismo al film. Pero son, en definitiva, los efectos especiales los que resultan esenciales para convertir la fantasía de nuestra imaginación en realidad.

Conclusión

La conclusión final que puedo sacar, es que con el pasar de los años, los efectos especiales, no solo evolucionaron, sino que también se convirtieron en un elemento esencial para unir el mundo real con el de la fantasía a través de imágenes. Fueron cambiando los métodos, las herramientas empleadas, las técnicas, la tecnología, prueba de ello es el inmenso progreso que se observa en diversos filmes del mismo género a través de la historia del cine. Pero siempre se persigue el mismo objetivo, hacer que cada film sea una experiencia increíble para nuestros sentidos.

Las técnicas que apuntan al realismo de la puesta en escena han tenido un papel muy importante en lograr que cada escena sea, cada vez más creíble para el espectador permitiéndole imaginar un mundo que trascienda la realidad.

Los efectos especiales cinematográficos, son la mezcla perfecta entre ciencia y arte, para lograr escenas que impacten y atraigan a nuestros sentidos, mediante la observación previa y el uso de las diferentes herramientas de la ciencia.

En conclusión el uso de efectos especiales en el cine, logra día a día, engañarnos y sorprendernos aún más.

Arte Corpóreo: el Stop Motion

Camila Cescutti

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Mi trabajo de investigación se titula "Arte Corpóreo: el Stop Motion" y como su título lo dice me dediqué a indagar sobre este tipo de animación que se caracteriza por el registro cuadro por cuadro de fotografías, donde los escenarios y personajes que se fotografían tienen una estructura física real diseñada separadamente según sus cualidades, y que al reproducirlas en orden generan una ilusión de movimiento que nos cuenta una historia.

Para no dejar ninguna etapa del proceso de animación afuera averigüé sobre las tres etapas que comúnmente se llevan a cabo, primero sobre la creación de los personajes, luego sobre el rodaje y al finalizar sobre la posproducción.

Para realizar el trabajo me basé en libros especializados en el tema escritos por animadores con una gran trayectoria y reconocimiento.

Conclusión

Ahora sabemos que cuando hablamos de animación nos estamos refiriendo a dar vida a diseños inanimados mediante el *stop-motion*, creando una ilusión de movimiento. Podemos realizarlo de dos maneras diferentes y una de ellas es del arte corpóreo, una técnica que demanda prudencia y concentración. Estamos al tanto que hoy el *stop-motion* no es utilizado en su estado puro sino que se mezcla con la tecnología digital. Al igual que en el cine se pueden utilizar distintos efectos especiales y también editar las imágenes.

En cuanto al proceso de animación, es imprescindible que haya una buena creación del personaje. Es de gran importancia tanto que su estructura y diseño sean sólidos como que su autor conozca a su creación perfectamente. Esto es muy significativo a la hora de representarlo en el rodaje. Después sólo queda la posproducción (ya establecimos en páginas anteriores que no es necesario realizar mucho trabajo), sólo queda agregarle el sonido y ajustar algún posible error que se haya cometido a causa de no haber hecho una buena planificación. Creo que es una de las tantas variantes que nos provee la animación de la cual han surgido innumerables personajes distintos a los que vemos hoy en día en la animación 3D. Nos propone algo diferente que vuelca gran creatividad en estado único.

El diseño web

Carolina Yasmín Ciudad

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

En el marco de una cultura globalizada se presenta aquí un estudio monográfico sobre el diseño web, sus inicios, sus precursores, sus medios y su desenvolvimiento hasta hoy.

Un estudio que no pretende ser exhaustivo pero sí revelador de una realidad bibliográfica caótica, incesante, abrumadora y digna de ser investigada por nosotros para ratificar o no su veracidad.

Me pregunto entonces si no será tiempo de ponernos a trabajar en ello, en el tema de hacer escritos a modo de "Historia de la creación de las páginas web" y ayudar así a ordenar este caótico ámbito de trabajo para los que recién nos iniciamos". Tal vez, enseñar a usar sitios de Internet, *blogs*, bibliografías, catálogos colectivos, catálogos especializados, libros digitales y armar con todo ello, ¿por qué no? una página de diseño web...

Conclusión

El paso por distintas áreas del conocimiento nos ha permitido elaborar este tema puntal de las páginas web y su genealogía. Áreas tan diferentes como la lingüística, la tecnología, las ciencias de la información, la geografía mundial...

Hoy el mapa de cualquier conocimiento nace como una red de redes de temas. Acertadamente, todo se va enmarañando. No nos permite aislar sino bifurcar caminos.

Esto pasa con el tema de las páginas web.

Así es que nuestra primera conclusión es que el diseño web es producto de la interrelación de distintas áreas del conocimiento, tanto fácticas como exactas.

Nuestra segunda conclusión va de la mano del proceso histórico y de la revolución tecnológica o de la tercera ola, al decir de Alvin Toffler; ya que es la evolución de los microprocesadores lo que lleva junto al término "redes" al surgimiento de la World Wide Web.

En este marco se desplegó el tema "globalización" y la "modernidad líquida", ya que todo se crea, diseña y difunde en escasos minutos y la sociedad accede a la información. El contenido de los mensajes se ha globalizado y todo el vocabulario ha cambiado pero, con una velocidad de transmisión nunca antes imaginada. Si una página web se crea a los pocos minutos ya deberemos estar pensando en nuevas propuestas o creaciones innovadoras, pues, todo pasa muy rápido y así también caduca.

La tercera conclusión caracteriza al diseño web como una disciplina nacida en la misma globalización.

Investigando el tema y realizando búsquedas bibliográficas nos hemos encontrado con la dificultad de que nos remiten a textos en otras lenguas no hispanas que exigían traducción y una abundante existencia de publicaciones periódicas y sitios de Internet cuya fidelidad del conocimiento debió ser corroborada para no incurrir en imprecisiones.

Esto me lleva a recordar que muchas veces en el campo científico las novedades no aparecen en formato libro sino en revistas de divulgación científica y a partir de esos nodos de conocimiento se incita a la investigación.

Así es que la cuarta conclusión que el diseño web es un tema ampliamente desarrollado en publicaciones periódicas (ver láminas adjuntas) y analizando las biografías de sus precursores se puede comprobar lo cierto de la información.

Hoy día, ya está entre nosotros el surgimiento de la Web 3.0 y ello traerá novedades y mejoras en esta área comunicacional del diseño web; por lo cual la quinta conclusión nos lleva a decir que "el diseño web seguirá en el futuro y será más accesible para los usuarios no alfabetizados informáticamente hablando".

Por último debemos decir que cualquier actividad humana y económica que apunte a ser exitosa irá de la mano de la publicidad y del marketing, terrenos en los que el diseño web tiene amplia injerencia para lograr los índices de venta deseados.

¿De dónde venimos?

María Sol Fernández Mariano
Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

"¿De dónde venimos?" trata sobre las tribus urbanas. Que son las subculturas entre los jóvenes que comparten las grandes ciudades. Las tribus urbanas son vistas como una simple

búsqueda de la identidad de los jóvenes, donde comparten entre ellos espacios similares y se comunican a través de los mismos códigos estéticos, vestimentas, formas de expresión y música. Conforman una unidad homogénea, pero al compararla con el resto de la sociedad se encuentran bastantes diferencias. Ya que las tribus urbanas son comúnmente conocidas como grupos de pertenencia, intentaré demostrar que este fenómeno se escapa de lo estereotipado, de la música y estética que es por lo cual nosotros las diferenciamos, a una forma más de estilo de vida que abarca una forma ideológica, política y social.

A lo largo de la investigación del trabajo presente, fui encontrándome con diferencias en la misma tribu urbana. Desde su origen a lo que son hoy en día. Cómo se fueron modificando y adaptando a la sociedad. Por lo cual queda decir que a lo que hoy llamamos tribus urbanas no son más que simples y pequeños recuerdos a sus orígenes. Actualmente las tribus urbanas son un reflejo de la sociedad posmoderna, más superficial, menos ideológicas y menos comprometidas con su rol en la sociedad.

Conclusión

A través del proceso de estudio sobre las tribus urbanas sus apariencias y comportamientos podríamos llegar al punto de poder abordar una idea final y con ésta me refiero a la conclusión.

Viendo determinados grupos de pares que nos rodean cotidianamente y se introducen en nuestras vidas podríamos llegar a preguntarnos: ¿de dónde vienen?, ¿quiénes son?, ¿qué quieren?

Son culturas mayormente provenientes de Europa que se trasladan a diferentes capitales del mundo. Son jóvenes pertenecientes a la sociedad actual que intentan adaptarse, cuestionar y formar grupos de pares para su desarrollo en este ámbito. Son diferentes formas de ver la vida, de protestas, deferir con la sociedad. O al menos lo eran.

A lo largo de la investigación del trabajo presente, fui encontrándome con diferencias dentro de las mismas tribus urbanas, desde sus orígenes a la actualidad, cómo se fueron modificando y adaptando a la sociedad. Por lo que podríamos llegar a que hoy en día no se encuentran tantas tribus urbanas como ya hace unos años. Como un claro reflejo a la sociedad posmoderna, donde los jóvenes son más superficiales, menos ideológicos y menos comprometidos con su rol en la sociedad. Denominados *fakers*, no llegan a adoptar la totalidad de las características de las tribus urbanas y las transforman en un mito o extrañeza.

Expresión graffiti, cuando las paredes hablan

María Eugenia López
Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Este trabajo es titulado: "Expresión graffiti, cuando las paredes hablan". El título introduce al tema específico de la investigación y también refleja la posición elegida para tratar el tema de los graffiti. Expresión, comunicación, libertad y creatividad son las características de este movimiento urbano del cual trata justamente este informe. Abarca un amplio espectro, su historia, su presente, sus artistas, y entrevistas a jóvenes argentinos que realizan pintadas, se encuentran den-

tro de la investigación. No se da una definición concreta de lo que sería un graffiti ya que no existe dentro de la jerga, porque sería limitar este tipo de expresión, cuando en realidad su mayor esencia es cambiar, evolucionar, constantemente buscando lo atractivo y el alto impacto visual.

El objetivo de este trabajo es ofrecer una base de información acerca de los graffiti a quienes no conocen mucho de esta expresión artística. Contiene datos atractivos sobre el graffiti, expresados de una manera muy clara, para que todos, entendidos y no entendidos, puedan apreciar.

Conclusión

No es la idea dar una definición de graffiti, ya que lo considero tan artístico como al arte. Creo que si existiera una denominación encasillada le quitaría libertad, y la libertad genera imaginación, creación y logra la evolución del graffiti.

El graffiti es revolucionario y rebelde. Revolucionario porque desde siempre se utiliza para transmitir lo que nadie se anima a decir. La escritura anónima genera libertad de expresión y a su vez, el graffiti cuenta con la característica de ser público, todos pueden leer e interpretar las escrituras en las paredes y por qué no, alarmarse de ciertas cuestiones que nadie comenta. El graffiti es rebelde por lo ya mencionado, porque no responde a lo políticamente correcto, irrumpe en las paredes casi siempre sin que nadie lo pida, tiene gran carga expresiva y está a la vista de todos.

Comparto la opinión de que se puede comenzar a hablar de un movimiento post-graffiti basándose en la evolución de las representaciones, los objetos, las formas, los colores y los materiales con los que se están realizando pintadas realmente impresionantes y que merecen ser distinguidas del resto. Hay que considerar al grafismo como una expresión artística que nunca debe perder su esencia pero sí encontrar su lugar. Si bien todos tenemos derecho a expresarnos no me parece correcto hacerlo, por ejemplo, en la pared del vecino. En mi opinión, deberían existir lugares públicos donde realizar graffiti para que no sean borrados a la brevedad y todos podamos apreciarlos.

Tim Burton: un sello propio

Pilar Megna

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Este trabajo titulado "Tim Burton: un sello propio" indaga sobre la estética del director, intenta descubrir de dónde proviene la misma y demostrar en dónde se encuentra en sus películas.

Para esto, se realiza una breve biografía del director, se habla sobre el Síndrome de Asperger, enfermedad que su mujer declaró que el director tiene, se definen también los términos cine clase B, fantástico y expresionismo alemán para un mejor entendimiento de la estética que Burton utiliza en sus *films*.

En esta investigación realizamos un breve repaso de la filmografía del director hasta el año 1997. Se realiza una síntesis sobre el tema de las películas y se dan algunos datos, que resultan interesantes para quien escribe, sobre acontecimientos sucedidos en el rodaje.

En el cuerpo C se adjuntan entrevistas al director, artículos de diarios que datan de la época de los *films* sobre los que se habla en la investigación, e imágenes de dibujos y bosquejos

realizados por el mismo Burton en la pre-producción de sus películas.

Conclusión

Después de una extensa investigación sobre los géneros del cine, podemos concluir que la obra de Tim Burton no es encasillable en un solo género ya que sus *films* varían de género en género y toman simultáneamente cosas de varios de ellos para crear grandes obras del cine fantástico, bizarro, clase B o como cada uno de nosotros quiera llamarlo.

Podemos decir también que sus obras se basan mucho en las películas que él miraba y admiraba durante su infancia, sus obras se relacionan con su biografía y hasta podríamos llegar a decir que con su síndrome de Asperger, lo que lo lleva a obsesionarse con ciertos temas y estéticas, realizando obras con caracteres similares entre sí y muy particulares.

Tim Burton, ¿genio o enfermo? Según quien escribe y sin dudarlo, genio. Sus obras cargadas de simbolismo, inocencia, compromiso e imaginación hacen que nuestras mentes viajen a mundos inimaginables en los que los cadáveres bailan y cantan, el mundo de los muertos quiere tener una Navidad tal y como el mundo de los vivos, las historias fantásticas de un padre a un hijo se hacen realidad estrechando un vínculo antes inexistente, en el que un joven marginado con manos de tijeras conoce el amor; llenándonos de esperanza y haciéndonos volver a nuestras raíces y pensar en temas en cierto modo morales, que nos molestan a todos.

Un punto interesante a resaltar es el de cómo las películas de Burton se parecen entre sí desde sus comienzos. Su obsesión por personajes apartados y su percepción del mundo, se repiten de *film* a *film*.

Películas como *Batman* y *Batman Returns* muestran la inclinación del director hacia "la forma en sacrificio del contenido. Ni bueno ni malo, sino parte de un estilo personal"¹.

Sin duda Burton creó un sello propio que hace imposible encasillarlo en un sólo género cinematográfico y le da una estética particular a todas sus películas haciéndolas también inconfundibles para el espectador, quien puede reconocer una obra suya con tan sólo ver una escena.

Notas

1 Axel Kuschewatzky, 1997.

Retratante fotográfico y sus diferentes componentes

Mercedes Rezza

Licenciatura en Fotografía

Síntesis

Está investigación tratará del retratante fotográfico y sus diferentes componentes. Comienza hablando sobre los inicios del mismo más que nada de la parte estética y cómo cambió el retrato con el paso del tiempo, qué técnicas se sumaron y cuáles se quitaron, qué se consideraba importante para tomar un retrato y qué no, la conexión entre el fotógrafo y el fotografiado. Luego se dirá qué se toma en cuenta para fotografiar en estudio y en exterior, cuáles son las diferencias en el armado de escena, lo que hay que tener que ambientar por la luz y qué se utiliza para darle diferentes significados. También se hablará del artista Andy Warhol, contando más que nada cómo transcurrió su vida en los años 70 y 80, lo importante que se volvió en esa época y las genialidades que realizó.

Conclusión

“Hace más de un siglo que los fotógrafos y apologistas reclaman que la fotografía se incluya entre las bellas artes”. John Berger

Luego de investigar se llegó a diferentes conclusiones; como primera y de suma importancia, es destacar que se considera a la fotografía como arte, ya que una buena fotografía depende del ojo del fotógrafo y habilidad, así como la pintura depende de lo mismo del pintor. La sociedad avanzó mucho en diferentes aspectos y todavía hay gente que sigue considerando que la foto no es arte.

Este trabajo se focalizó en los retratos debido que hay un interés en mostrar a las personas tal cual son, y supone que el retrato se basa en eso. Por otra parte, se considera interesante estéticamente también, ya que generalmente se destaca la mirada o rasgos particulares de la persona ha fotografiar. Esta investigación dejó como consecuencia conocimientos que previamente no se sabían.

“No se puede decir que se ha visto realmente una cosa hasta que no se haya hecho un fotografía de ella”. Emile Zola

Publicidad irresponsable

Axel Rothbart

Diseño de Imagen y Sonido

Síntesis

Este trabajo hace hincapié en la publicidad como mano derecha de un sistema político y social, que deshumaniza el comportamiento y robotiza al humano.

Se hace una reseña sobre el libro *Homo Videns* de Giovanni Sartori, un libro que sirvió de inspiración, para esta investigación. Luego se analizan “El río infernal de la costumbre” (San Agustín) y “la Alegoría de las cavernas” (Platón), teorías filosóficas seleccionadas para dicha investigación, debido a la importancia y el gran aporte que brindan respecto al eje principal de la investigación, se hará también un análisis de la película *Network* (1976), dirigida por conocido director norteamericano Sidney Lumet. La película habla sobre el monopolio mediático y político y nos hace reflexionar sobre el futuro. Luego se hará una comparación de la publicidad y la investigación científica, basada en un fragmento del texto *¿Qué es la Posmodernidad?* de Esther Díaz, planteando las diferencias, semejanzas y dificultades de ambos.

También se hablará sobre la teoría funcionalista, una breve introducción a dicha teoría y opiniones del autor de la investigación.

Se citará al texto *Modos de Ver* de John Berger, un texto intenso y serio que analiza el fenómeno de la publicidad y explica cómo es que se mantiene.

La investigación termina con la conclusión del autor, la cual intenta dejar una reflexión, y confía en un cambio posible.

Conclusión

Dicho todo esto, podemos notar que es indudablemente necesario un rotundo cambio en la forma de pensar y actuar del humano, para impedir la deshumanización completa. Cada persona con sus recursos y potenciales debería poder aportar algo para evitar este futuro violento y robótico que le espera a la humanidad.

El cliente moderno, ametrallado por imágenes y sensaciones, está perdido en un mundo cada vez más impersonal, com-

petitivo y consumista. No sabe ya, si lo que está comprando es un producto útil y de buena calidad, o simplemente una sensación de bienestar y de pertenecer a un estrato deseado. Las empresas aprovechan esto y maximizan la publicidad, cada vez más profunda en la psiquis del cliente.

Teniendo en cuenta que gran parte de la estructura base de este sistema es la publicidad y los medios masivos, hay que hacer un especial hincapié en dichas áreas. Los realizadores publicitarios, que viven de estas empresas, se dignan a hacer lo que se les pide sin tener en cuenta las repercusiones que pueden llegar a tener. Toda la experimentación audiovisual que ellos realizan está en pos de un objetivo claro, vender. Se publicitan productos y empresas que atentan grave y masivamente el medioambiente, destruyendo así, paso a paso el único mundo que tenemos. Y se hacen publicidades que automatizan a la masa consumista, fomentando el racismo, machismo, elitismo, y creando un modo de vivir severamente limitado, donde las fronteras están claras.

Esto sin duda va a acabar en algún momento, si bien es algo que no se ha hablado en la investigación, está claro que, aunque la raza humana soporte el caos mediático y consumista, los recursos naturales son cada día más escasos y el mundo se derrumba a pasos agigantados. No puede saberse con exactitud si ya es demasiado tarde para cambiar el rumbo, pero algo que debiera estar bien claro es que todos formamos parte de esto, y cada uno, a su manera, tiene la forma de revelarse, solamente si se despierta, o mejor dicho, si desea despertar.

Cátedra: Mercedes Pombo

La representación del dolor indígena frente a la exclusión social

Camila Sol Botti, Yamila Lonero Biscione y Cynthia Rota

Diseño Gráfico

Síntesis

Graciela Iturbide es una fotógrafa nacida en México, en 1942. Sus obras se caracterizan por imágenes que muestran gran sencillez, donde a través del retrato representa la vida de las personas, así como los ritos y tradiciones.

La investigación propuesta en este proyecto, tiene como objetivo comprender cómo Graciela Iturbide es capaz de demostrar mediante sus fotografías la exclusión social que poseen las diferentes culturas marginadas de todo el mundo, y especialmente de México. Todos sus ensayos fotográficos tienen relación con el contexto en el que viven estas culturas.

Lo que se busca en este trabajo es captar el dolor de las imágenes a través de la soledad, la exclusión, las diferencias entre culturas y el estereotipo de la sociedad. Se trata de reconocer que desde la perspectiva del receptor, Graciela Iturbide logra generar la atención en la discriminación.

Es una artista legitimada mundialmente, ya que ha recibido muchos premios y becas a lo largo de sus años de carrera. Sus obras se encuentran presentes en diferentes museos en todo el mundo, y realizó también importantes exposiciones.

Conclusión

La principal inspiración de Graciela Iturbide se encuentra en culturas con costumbres y rituales. Graciela muestra otro lado del que la sociedad no está acostumbrada a ver ni a oír hablar, su objetivo es abrirle los ojos a la gente para que pueda ver

lo que esta más allá del alcance de sus ojos. Esta investigación nos hace dar cuenta de las cosas previamente dichas, y de que el dolor se puede mostrar de diferentes maneras, no sólo mostrando una lágrima y una cara triste. La artista al mostrarnos a las personas con sus costumbres, sus cuerpos desnudos, su soledad con respecto a la sociedad, sus desolados territorios logra exitosamente lo querido; mostrar el dolor, la marginación, intensificando estos contenidos con la monocromía que invaden todas sus obras.

Graciela quiere ser clara en sus obras, sintética, para que la gente no se confunda al verlas o tenga diferentes opiniones sobre ellas. Desea que vean el sufrimiento en su forma más natural, en las sociedades, en los pueblos, en las personas que a pesar de sus vivencias son iguales a cualquier ser humano, y que sufren debido a su continua marginación y exilio.

Nan Goldin

Celeste Canaves

Diseño Gráfico

Síntesis

Nan Goldin fue una fotógrafa americana que causó polémicas en la sociedad de los años 70 y 80, retratando temas controversiales y prohibidos, sus fotografías se enfocaban en retratar todas las situaciones que la rodeaban, su meta era documentar la vida de las personas a su alrededor, quería lograr que los espectadores reflexionaran sobre la realidad que se estaba viviendo.

Esta investigación está enfocada hacia la relación entre el dolor ajeno y personal, analizando las expresiones y el entorno de fotografías, sus autorretratos se caracterizan por el dolor físico y los retratos por el dolor psicológico, a través del análisis de las expresiones y gestos. Se tiene por objetivo investigar esta relación, reflexionando acerca de lo que ella quería transmitir en la sociedad.

Conclusión

Gracias a la investigación realizada se pudo conocer de manera más profunda todos los aspectos de la fotografía, tanto en aspectos generales como el enunciado de la hipótesis, el análisis iconográfico, formal de las imágenes. Se obtuvo conocimiento de los exponentes más importantes de este ambiente.

Principalmente se puede destacar a la fotógrafa Nan Goldin (sobre la cual se realizó la investigación), se focalizó en retratar una época de temas controversiales y prohibidos, y ella los dio a conocer y logró que la sociedad viera la realidad en la que estaban viviendo. A través de esto y de los conceptos tomados también de otros fotógrafos se llegó a la conclusión de que las obras de estos artistas, son resultado de todas las experiencias de vida de cada uno, aportando características específicas y creando su propio estilo.

Cada uno de ellos marcó una época con su estilo característico, gracias a esto, actualmente el mundo de la fotografía es muy amplio. Y hay conceptos que probablemente si alguno de estos artistas no hubiera existido no se conocerían. Es decir que el paso de cada uno de ellos determinó lo que es la fotografía moderna.

Picasso y la guerra: las transformaciones del color en sus pinturas

Victoria de Achával, Sofía Godí y Melanie Klas

Diseño de Espectáculos

Síntesis

Este proyecto tiene por objeto de estudio las obras de Picasso realizadas durante el período de La Guerra Civil Española –que se sucedió entre los años 1937 y 1945–.

Pablo Picasso es el máximo exponente del movimiento cubista, el cual se desarrolla en el año 1907 y siguientes. Funda este movimiento con George Braque. El cubismo rechazaba las formas tradicionales de la representación basadas en la perspectiva, por lo que intentaba buscar figuras geométricas, como cubos y triángulos. Esto significa que un objeto se representa por códigos correspondientes a la realidad conocida por Picasso, la técnica consiste en descomponer la imagen en múltiples facetas (cubos) de un mismo objeto, de esta manera deformar la realidad creando figuras extrañas.

En la presente investigación se analiza cómo los contrastes de luz, blancos, negros y color influyen en las representaciones del ser humano y su entorno dentro del contexto histórico de La Guerra Civil Española.

Se intenta indagar a través de este análisis, cómo Picasso expresa el dolor y la desesperación que esta realidad provocaba tanto en él, como en toda la sociedad española de esa época.

Conclusión

Como conclusión final de este trabajo cabe destacar que Picasso realizó estas obras en este período histórico no únicamente para descargar su dolor frente a una sociedad que estaba en crisis, sino para enviar un mensaje a esta misma sociedad para que tanto él como otros precursores mediante el arte, u otros medios hicieran un cambio. Él consideraba el arte como una herramienta política y revolucionaria, e intentó hacer su transformación del mundo.

A partir de esta concepción de la función del arte, se replantea la función del mismo artista. Pero existen otras interpretaciones de la función del artista. Algunos consideran que el artista es quien simplemente posee una sensibilidad superior para expresar sus sentimientos internos, desentendiéndose completamente de la realidad social y de la responsabilidad de comunicar alguna ideología o postura.

En esta investigación el artista es un personaje absolutamente social. Depende de su contexto, de su entorno para realizar su interpretación del mundo y proponer sus soluciones. En este sentido, cabe destacar que en la mayoría de los casos las revoluciones sociales estuvieron acompañadas de revoluciones artísticas. El arte surge como respuesta positiva a algo, a algo que siempre involucra a todos. Un ejemplo de esto en este mismo trabajo es el surgimiento del cubismo, contemporáneo a la Guerra Civil Española. No es casual que una técnica que se basa en la fragmentación de las figuras, contemplando a un todo, haya surgido en medio del contexto de una guerra civil. Así como éste, se encuentran mil ejemplos en donde el arte acompaña revoluciones políticas y sociales, logrando transmitir ideas y sensaciones en un lenguaje que abarca la comprensión de todos.

Por este motivo, finalmente como conclusión, la identidad del arte y del artista son conceptos que pueden discutirse, pero a lo largo de la historia la función del artista ha demostrado ser

una herramienta social y transformadora, por medio de la cual se destaca lo humano y la conciencia de los hombres.

Las fotografías de Adriana Lestido. El dolor de las madres presas

Florencia Degirolmo

Diseño Gráfico

Síntesis

La presente investigación se centra en la fotógrafa argentina Adriana Lestido y su ensayo sobre “Madres presas con sus hijos”. Esta artista busca profundizar y comprender la política carcelaria, como también la compleja relación que se entabla entre madres e hijas dentro de la cárcel. Existe una ley que permite a la madre convivir los primeros dos años de vida con su hijo, pero al finalizar este período, el niño se da en adopción a una familia sustituta hasta que su madre cumpla la condena. A través del análisis y el estudio de las imágenes y datos del artista se busca comprender esta relación y el dolor que encierra esta situación.

Conclusión

Partiendo de la investigación realizada y teniendo en cuenta la política carcelaria, las circunstancias y el contexto de la cárcel en el que se sitúa, el vínculo de madres con sus hijos en esta obra, se plantea que la validez de la obra de Adriana Lestido es el dolor, como también tratar de hacer percibir el mismo. A través de sus imágenes, permite al receptor descubrir lo desconocido, un sufrimiento existencial inconsciente ya que no es solamente un sufrimiento personal y privado. Con la información que se ha brindado durante la investigación sobre la política carcelaria, se percibe que la situación posee tanto sus ventajas como sus desventajas, ya que se toma que en este país la madre tiene derecho a convivir con su hijo, aún encontrándose en la cárcel, por un período de dos años, pero la desventaja es que el tiempo es muy corto, tanto para el niño como para su madre. También es cierto que para cualquier madre ver a un hijo en este contexto es poco agradable. Y cuando se habla de poco agradable se alude a que es un contexto donde el hijo, como consecuencia, también se encuentra encerrado, en un lugar oscuro y aislado del exterior. Pero la complicación y tristeza de la madre es saber que luego de cumplir con el período acordado, no podrá seguir vinculada directamente al crecimiento de su lazo más profundo: su hijo. Pero al respecto, ¿por qué son sólo ellas las protagonistas de sus obras?, ¿los hombres no cumplen un papel relevante dentro de estas situaciones? Es obvio que se pueden contestar estos interrogantes partiendo de la vida personal de la artista Lestido, ya que al respecto se sabe que fue un territorio sin hombres, pero en sus fotografías se toma como tan natural esta ausencia que despierta interés. Además, ¿no tranquiliza a una madre saber que, por más que ella no pueda encontrarse cerca de su hijo, pueda confiárselo al padre del mismo? Si bien no es el mismo vínculo pero es lo más cercano y similar con respecto de los demás, y se considera que es preferible ante algunos casos en los que el niño se deben dar en adopción a familias temporales u orfanatos. Y es allí donde invade la duda ¿Por qué no se tiene en cuenta el rol del padre en estas obras para apaciguar esta angustia y dolor de separación? Puede que en algunos casos se encuentre ausente el padre por diversas circunstancias, pero

no en todos, es dependiendo de cada madre. Y no se habla de liberarlas del dolor, sino que el punto es que puedan contenerlas y brindarles un equilibrio emocional debido a las circunstancias y situación con las que ellas deben convivir. Nunca se dejó en claro o se hizo visible este tema cuando la artista habla de su obra.

Y por último, sería interesante saber si realmente luego de visualizar la obra, la artista logra el objetivo de concientizar y hacer reflexionar al público, ¿sirve exponer a las mujeres para cambiar la mirada frente a las mismas en este tipo de circunstancias?

Es importante llegar a conocer la respuesta, ya que las modelos en la obra desnudan sus sentimientos, situaciones y emociones frente a la cámara, a las cuales también se les debe tener un gran respeto por brindar a través de las fotografías este dolor inconsciente.

La fotógrafa argentina Adriana Lestido

Federico Hernan D’Ermo

Diseño Gráfico

Síntesis

La presente investigación se centra en la fotógrafa argentina Adriana Lestido y su ensayo sobre “Madres presas con sus hijos”. Esta artista busca profundizar y comprender la política carcelaria, como también la compleja relación que se entabla entre madres e hijas dentro de la cárcel. Existe una ley que permite a la madre convivir los primeros dos años de vida con su hijo, pero al finalizar este período, el niño se da en adopción a una familia sustituta hasta que su madre cumpla la condena. A través del análisis y el estudio de las imágenes y datos del artista se busca comprender esta relación y el dolor que encierra esta situación.

Conclusión

Adriana Lestido es una fotógrafa que desea transmitir distintos sentimientos a través de sus obras. Lo que llama la atención al espectador de las mismas, es la facilidad con la que la artista transmite sentimientos de manera clara, sin necesidad de explicaciones verbales.

Una de las características de las imágenes que retrata la artista, desde un enfoque semiológico, es la utilización de blanco y negro, a través de los cuales trasmite el reflejo del interior, jugando a su vez, con lo claro y lo oscuro de los sentimientos, e intentando indagar de una manera muy directa, en el interior de cada individuo.

Además, otra característica importante en sus fotografías es el vínculo femenino que aborda en sus obras, ya que trata de las relaciones entre las madres y las hijas, dejando de lado al hombre, donde esto se puede ver claramente ya desde su primer ensayo *Madres adolescentes*, donde la ausencia del padre se nota claramente, y la soledad es muy hiriente al observar la inocencia que transmiten estas mujeres. En esta obra Adriana Lestido comienza a transmitir sentimientos muy fuertes al espectador, como también en la obra *Mujeres presas con sus hijos*, donde se puede observar la ausencia total del padre, como también aquellos sentimientos de dolor, soledad, angustia e impotencia que sienten y sufren estas mujeres, al ser conscientes de que en su debido momento deberán separarse de sus hijos y que debido a la ley y a la política carcelaria, no podrán hacer nada al respecto para poder impedirlo. También

en su obra *Madres e hijas*, se visualiza la falta del hombre, donde también influye notablemente su pasado por la pérdida de su esposo y su padre, y además, muestra el vínculo tan fuerte e indestructible que existe entre una madre y su hija.

José Clemente Orozco: opresores y oprimidos a través de su mirada

Elizabeth Milena Forero
Escenografía

Síntesis

El legado pictórico del reconocido muralista mexicano José Clemente Orozco no es sólo cuantioso, sino impresionante por su magnitud y dimensión: murales en diversos espacios nacionales e internacionales de gran importancia, como el Museo de Bellas Artes de México y otros, le posibilitó a este artista un gran reconocimiento. Otro aspecto que colaboró en su legitimación fue su unión en 1922 con dos grandes protagonistas del muralismo mexicano: Diego Rivera y David Alfaro Siqueiros. Los tres formaban parte del sindicato de pintores y escultores que buscaban recuperar el arte de la pintura mural bajo el patrocinio del gobierno mexicano; enmarcados en uno de los períodos más significativos dentro de la sociedad mexicana que fue “la Revolución”.

El presente proyecto tiene como objetivo comparar dos obras de José Clemente Orozco, “La Revolución Social” y “Franciscano”, el primero forma parte de una serie de frescos relacionados con el tema de la revolución, y el segundo está dentro de la línea de frescos que siguió el tema del colonialismo español. Las imágenes son vistas desde la perspectiva de los vencidos que son así reivindicados, como el fundamento de la nación mexicana.

Conclusión

“Opresores y oprimidos a través de la mirada de Orozco”, a partir de esta frase comenzó un proceso de investigación alrededor del trabajo artístico de este muralista. Después de comprender el contexto histórico y su relación directa con su proceso creativo, se puede afirmar la importancia que tiene el arte dentro de la sociedad. En este momento donde compiten las ciencias sociales y las matemáticas ciencias duras y exactas, el arte queda a un lado, catalogado como sentimental y disparatado. Lo cierto es que el arte resulta tan vital, tan revelador, que permite a los hombres y a los pueblos mirarse al desnudo el rostro y el alma. La obra de Orozco remite a ese deseo de evolución, más que revolución, una visión creadora que supo dar forma en los muros. Con la intención de educar una nación.

Desafortunadamente, la relación entre opresores y oprimidos, aún sigue vigente en nuestros días, la injusticia social, el abuso de poder, la violencia familiar. Cuánto más faltará por sufrir para cambiar las asimetrías sociales. Para aprender a observar lo que muchos han querido decir.

Orlan

Alejandra Hernández
Diseño Gráfico

Síntesis

El presente trabajo indaga acerca de las repercusiones sociales

causadas por las obras de la artista Orlan, quien es de nacionalidad francesa y que desde los años 60, se inició en el mundo de los performances, que están ligados al arte conceptual.

Estas performances son actos públicos, donde transmite y muestra cirugías que le hacen a su cuerpo. Ella se convierte en el centro de atención de su arte. Lo que ella busca es denunciar el uso de las cirugías plásticas como medio para encontrar la belleza impuesta por los medios de comunicación y otras instituciones sociales. Sus cirugías son fuera de lo común, se trata de un espacio en donde se recitan poemas. Los cirujanos visten ropa brillante y de diseñadores famosos. A Orlan no le interesa sentir dolor, ya que se refiere a la morfina y los anestésicos como algo primordial en sus operaciones.

La investigación busca reflexionar acerca de su repercusión social, ya que nadie lo ha hecho y es interesante saber qué tan profundo puede llegar a ser la obra de un artista en distintas sociedades.

Para esta investigación se usan distintos métodos: por un lado se utilizan los textos de personas que han escrito sobre el tema del dolor y sufrimiento en el arte, y por otro lado se reflexiona acerca de la artista y su motivación.

Conclusión

Las repercusiones sociales van ligadas de las influencias de dos individuos o grupos sociales. La investigación va dirigida a la repercusión social que causan los performances de la artista Orlan en distintas sociedades. La cirugía estética lo que contribuye, es a la corrección o reparación de algún defecto corporal y rejuvenecer físicamente a una persona. Para un individuo, su imagen física es muy importante, porque ésta representa lo que la persona es y favorece a la interacción entre humanos. Muchas personas tienen algún rasgo físico que les incomoda y les genera problemas psicológicos, creando un desequilibrio mental. Los espectadores se dejan influenciar por los medios de comunicación, creen que si se corrigen, serán felices. No se ha dicho que no genere felicidad en las personas, pero si los medios dijeran que hacerse una cirugía plástica te hace triste, entonces todos se sentirían tristes al hacerse una. Todo es por medio de una influencia al consumismo. Pero ¿hasta qué punto quieren los medios seguir con esto?, ¿hasta que todos seamos de plástico? Orlan demanda este hecho, pero sus obras no logran el mismo impacto en todas las sociedades que existen. Cada sociedad tiene su propia cultura y su propia creencia.

Obras de Frida Kahlo

Priscila Ruiz Abut
Diseño Gráfico

Síntesis

El siguiente trabajo intenta descubrir los motivos por los cuales Frida Kahlo no expresa ideales políticos en sus obras. El mismo mide el grado de compromiso de la artista con los principios comunistas, presentes en su vida personal, bajo la influencia de su marido, Diego Rivera, reconocido muralista mexicano del siglo XX.

Se concluye que el objeto de sus obras es canalizar el sufrimiento sentimental y propio, por lo tanto los ideales comunistas no se expresan, sino que se tratan temas de mayor profundidad emocional.

Conclusión

En el presente trabajo, se demuestra después del correspondiente análisis empírico, la corroboración de la hipótesis central.

La teoría de Erwin Panofsky, que sostiene que un artista crea y construye sus obras a partir del contexto en el cual se desarrolla, se ve ejemplificada con el trabajo realizado por Frida, quien, en un contexto de espíritu revolucionario y vínculos directos con el comunismo, prioriza su vida personal, que en paralelo es ardua, plagada de operaciones, duelos, amarguras.

Al parecer, su *leitmotiv* es el dolor, el sufrimiento, la pena, la angustia propia; dicho egocentrismo se demuestra claramente cuando el epicentro de sus pinturas es su propia figura.

Si bien los acontecimientos políticos que la envuelven son de absoluta relevancia y determinan el rumbo de su vida (y de su pareja) al parecer no influyen en su motivación artística.

De manera general, es la angustia el motor del arte de Frida. Los ideales políticos no significaron desazón subjetiva en ella, por lo que no influyeron y no se vieron reflejados.

Eugène Smith: la situación de la mujer española en los años posteriores a la Guerra Civil Española

Paula Tortorella

Escenografía

Síntesis

Eugène Smith es un fotógrafo estadounidense reconocido mundialmente por su labor como reportero fotográfico durante los años en que se desarrolló. Focalizado en la Segunda Guerra Mundial, retratando las consecuencias mediante una mirada realista y dura. Debido a un accidente que sufrió mientras realizaba su labor, decidió terminar con su etapa como corresponsal de guerra para comenzar a trabajar en los ensayos fotográficos, convirtiéndose en un pionero en este campo.

El presente proyecto tiene por objeto de estudio el ensayo fotográfico "Spanish Village" basándose en una constante que presenta el autor en estas imágenes: demostrar el rol de la mujer española en la aldea de Deleitosa en los años posteriores a la Guerra Civil Española, y el retroceso que sufren debido a los destrozos económicos y sociales que trajo ésta como consecuencia.

Lo que se intenta a través de esta investigación es analizar las imágenes, mostrando el compromiso social del autor y su búsqueda de conciencia en el espectador.

Conclusión

Como se ha expuesto a lo largo del trabajo, mediante la fotografía el artista buscaba despertar conciencia en el espectador, captando con su cámara lo que la sociedad evitaba. Al poder transmitir a través de su trabajo las consecuencias de la Guerra Civil Española, y haciéndolo llegar a miles de personas logró enfrentar al público con una realidad que no siempre quería ser vista. El dolor reflejado en sus fotografías deja al descubierto la especial sensibilidad adquirida por el artista a lo largo de su carrera, habiendo sufrido él mismo las consecuencias de la violencia de la guerra.

Esta realidad pudo salir a la luz y ser vista a nivel internacional gracias a que Smith supo utilizar su profesión para denunciar lo que ocurría en la aldea de Deleitosa, pero ¿Qué sucede con todos aquellos lugares a los que una cámara fotográfica no llega? ¿Debería la sociedad comenzar a preocuparse más por

lo que ocurre más allá de lo que los medios de comunicación muestran? ¿Es necesario que tenga que aparecer un Smith para que se reaccione ante la realidad que se vive, pero de la cual no se habla?

Las fotos de Bischof en los años 50

Leandro Vega y Gabriel Yanklewicz

Diseño Gráfico

Síntesis

El trabajo se enfoca en el fotógrafo Werner Bischof, quien desarrolla su proyecto artístico en un período de vida muy corta. Uno de los momentos más importantes fue en la década del 50, en donde realizó sus obras más conocidas. Los trabajos que hizo para la revista *Life* demuestran su mirada hacia el dolor, otorgándole legitimidad cultural y un lugar destacado en la historia de la fotografía mundial.

Unos de los principales objetivos de este trabajo es saber qué es lo que lo llevó a tomar estas fotografías y por qué lo hizo en esta época tan especial, como el fin de la Segunda Guerra Mundial.

Conclusión

Observamos la importancia que tiene la respuesta del espectador, principalmente porque se encarga de establecer los límites de una obra artística.

El artista logra compenetrarse en su propia realidad, dejando de lado, la idea de querer complacer con una mirada habitual y/o opinión del público. Él busca de llegar a donde nadie lo ha logrado, representar el dolor en la imagen de una manera sutil, sin importar las controversias que se generen. Bischof desea y logra encontrar su propio público, a través del campo social en el que se desarrolla.

Sabemos que en la finalización del proyecto dejamos pendiente diferentes interrogantes. Bischof ¿tendría bajo su dominio la misma cantidad de seguidores que en sus comienzos? ¿Estaría condicionado a limitarse a un campo social determinado? ¿Qué caminos seguiría el artista en la actualidad?

Tener en cuenta estos interrogantes nos acerca a continuar un posible nuevo recorrido de este informe.

Cátedra: María Laura Ríos

Mafalda

María Belén Cabello, Antonella De Luca y Martina Tonerio

Diseño Gráfico

Síntesis

Cuando la profesora nos planteó realizar el trabajo de investigación, tuvimos que seleccionar un tema que a nuestro parecer sea interesante. A partir de ahí, elegimos el cómic, pero como era un tema muy extenso, lo decidimos acotar optando por una historieta en particular, así llegamos a Mafalda, que nos pareció interesante por ser una tira de gran importancia en nuestro país entonces a partir de eso, se hizo una revisión de literatura inicial para familiarizarnos con el tema.

Mafalda es una historieta de los 60, creada por Quino. Como Mafalda también era un tema amplio decidimos volcarnos plenamente a comparar sus tiras con los temas históricos con los que se relacionaba. Una vez elegido el tema, fuimos

avanzando en la investigación, se confeccionaron las preguntas y los objetivos y se justificó por qué se debía investigar el tema. Luego se realizaron investigaciones más profundas en el que tuvimos que leer varios libros para saber en qué estado se encontraba nuestra investigación, se realizó el estado de la cuestión y se terminó de armar el marco teórico, donde pudimos decir algo más de Mafalda a la luz de los autores consultados. Después de diversas investigaciones nos dimos cuenta de que Mafalda estaba más relacionada con el contexto histórico de lo que imaginábamos y que para lograr esto Quino utilizaba en cada tira metáforas ricas en contenido y llenas de humor. Por último, se confeccionó la hipótesis, donde afinamos el planteamiento del problema inicial, ya que a medida que avanzamos en el estudio se pueden mejorar diversos aspectos. La hipótesis está compuesta por la explicación de experiencias anteriores y predicciones de lo que puede suceder, se armó una explicación tentativa formulada como proposición del fenómeno estudiado.

Conclusión

• Conclusión de Martina Tonero

Saqué como conclusión de este trabajo la influencia que tiene nuestro tema de investigación, la historieta, en el mundo. Como puede hacerle ver las cosas a la gente desde una forma de entretenimiento. No me había imaginado lo importante que podía ser tanto un cómic o historieta como herramienta para informar sobre temas tan influyentes en el mundo.

• Conclusión de Antonella De Luca

Principalmente el tema que habíamos elegido era muy amplio, tanto que se nos complicaba realizar el trabajo, entonces tuvimos que pensar en un período que nos interese más para así investigarlo, es por eso que llegamos a la conclusión de que estaría bueno investigar a Mafalda, la tira cómica de Quino. Ya para empezar se nos había complicado elegir el período que queríamos investigar.

Pero mi principal inconveniente con el trabajo fue ponerme a investigar, no sabía dónde buscar ni que era lo que necesitaba en realidad. Al principio estaba como perdida. Hasta que fui entrando en ritmo y me puse a tono con mis compañeras. Además descubrí que la biblioteca es el mejor lugar para buscar la información necesitada, porque Internet, muchas veces, tiene información errónea.

• Conclusión de María Belén Cabello

En cuanto al trabajo, puedo rescatar dos cosas principales. Primero la metodología usada en la investigación, es decir los conocimientos aprendidos en la materia, fue de gran utilidad realizar la parte práctica y teórica a la vez para ir fijando conceptos. Se realizó una investigación sistemática, organizada, y crítica. Nos basamos en libros, y aprendimos a sacar todo el provecho de ellos. Segundo, el tema elegido siempre me interesó mucho, toda la vida me gustaron las historietas de Mafalda y es por eso que los trabajos a lo largo de la cursada se me hicieron muy llevaderos, además me llamó mucho la atención los efectos que la tira causa a lo largo de las edades, yo cuando era más chica leía a Mafalda y me reía, las entendía a mi modo y tenía una concepción de Mafalda totalmente diferente a la que tengo ahora, este trabajo me dio la posibilidad de acercarme nuevamente a las historietas que yo leía cuando era chica, me divertí mucho leyéndolas y además me gustó comprender la otra parte de lo que es Mafalda, la relación con la realidad que se vivía en los años 60 y 70, que particularmente es una de las etapas de la historia argentina que más

me atrae y es interesante ver cómo Quino toma estos hechos desde el humor, y desde la perspectiva de una niña de tan solo seis años. En resumen, creo que quedó un resultado bastante interesante, la comparación tira con la realidad nos pareció una manera bastante dinámica de volcar todo lo que se iba investigando, complementando con los conocimientos que íbamos adquiriendo en la cursada.

Interpretación y estudio de la evolución de los colores en los avisos gráficos de Coca Cola

María Lucila Gallegos, Luciana González y Camila Iturriaga
Diseño Gráfico

Síntesis

En esta materia, como su título lo indica, se debió realizar una investigación respetando un ordenamiento que nos facilitaría concluir la tarea de manera exitosa y con un aprendizaje contundente. Se comenzó eligiendo un tema que le resultara interesante al grupo para que el manejo del tema no resulte tedioso. En nuestro caso, como primer tema surgió el uso de los colores y sus significados. Pero nos vimos enfrentadas a que este tema era muy extenso y sería imposible de concretar por falta de tiempo y de experiencia. Por esta razón, decidimos estudiar el mismo tema, pero analizado a partir de una marca (Coca Cola).

Comenzamos por la búsqueda de libros y la lectura de los mismos para poder realizar las fichas bibliográficas, que nos ayudarían para la realización de los próximos dos pasos. En estas fichas se indicaban aquellos datos que facilitarían la ubicación del libro por si era necesario, pero además se debían especificar los conceptos que resultarían importantes en nuestra búsqueda con el fin de recurrir a la menor cantidad de veces posible al libro.

Habiendo encontrado y analizado la información se prosiguió a darle forma a la investigación. Se debía elegir un título, unos interrogantes, unos objetivos y la justificación de por qué era interesante la realización de esta investigación. Una vez realizadas las fichas, se debía redactar el estado de la cuestión. Donde se presentaban los cuatro autores que se habían investigado y toda la información que resultara importante para el tema de cada grupo. Luego, se procedía a realizar el marco teórico, donde se relacionan los fenómenos estudiados con los conceptos de autores extraídos. En nuestro caso, se debió aplicar la teoría investigada a avisos publicitarios de Coca Cola de distintas épocas con el fin de analizar cada etapa de su trayectoria publicitaria como también el desarrollo evolutivo de la misma, finalizando en una hipótesis fundada en los conocimientos adquiridos en la investigación de Coca Cola.

Conclusión

El tema elegido para el trabajo de la materia Introducción a la Investigación fue el uso del color en la marca Coca Cola, sobre este tema pudimos investigar sobre los efectos que tienen los colores en el ojo humano, sobre las distintas clasificaciones que tienen los colores que pueden ser fríos, cálidos, vivos, tranquilos, y sobre cómo estos influyen en los distintos productos de Coca Cola.

También pudimos ver sobre cómo es la elección y la utilización de cada color para crear distintas sensaciones en cada persona y sobre cómo estos funcionan en los avisos publicitarios o en los distintos comerciales de la marca elegida por

nosotras. Asimismo vimos la influencia que tienen los colores rojo y blanco, elección de colores hecha por Coca Cola, en el público y la reacción a aquellos colores elegidos, que uno apenas los ve, los puede relacionar directamente con la marca dándole una imagen atractiva, enérgica y sana.

Finalmente con toda la información investigada uno se da cuenta que cada color está perfectamente elegido para cada persona o elemento, y que no eligen cualquier color al azar sino tratan de resaltar los distintos elementos o tipografías con colores que llamen más la atención del público y de esta manera ser siempre los líderes en las publicidades y en el mundo.

Cátedra: Beatriz Robles

El Graffiti Barrial

Abel Cho, Ezequiel Díaz y Paula Marasco

Diseño Gráfico

Síntesis

La palabra graffiti fue utilizada originariamente para designar a las inscripciones y dibujos encontrados en la antigua arquitectura romana. En las paredes de la ciudad de Pompeya se encontraron miles de mensajes que databan de la época en que los romanos ricos utilizaban a esa ciudad como sitio de descanso y esparcimiento.

Luego su uso se extendió a todas las inscripciones efectuadas en paredes y "sus extensiones metonímicas", como las llama Joan Gari (1955), es decir puertas, muebles, árboles, vagones de trenes y demás superficies susceptibles de ser utilizadas como soporte de escritura.

Hoy en día, el graffiti es una forma de comunicación ya incorporada al paisaje. Especialmente al paisaje urbano, aunque aparece también fuera del ámbito de la ciudad, en rocas o árboles. Conscientemente o no, justo al bombardeo de mensajes de carteles publicitarios de la ciudad, percibimos también la presencia de esas voces surgidas al margen de los espacios legitimados para la expresión escrita: los graffiti representan voces sociales que se expresan en un espacio no asignado para ese fin, un espacio "tomado".

Para el semiólogo, para el antropólogo urbano, para el sociólogo, para los que se dedican a las ciencias del lenguaje, esta modalidad de expresión es un material de una enorme riqueza para reflexionar sobre la sociedad y el mundo en que vivimos. El graffiti puede contener o no material escrito, así como puede contener o no material icónico, pero desde el punto de vista semiótico, conserva la impronta de esa doble cualidad expresiva: la del mensaje verbal escrito y la de lo pictórico, el dibujo, el color y la forma.

Además guarda la libertad de la expresión gestada fuera del marco que legitima al cartel, al anuncio, al letrero, a la obra de arte. Cuando la represión o simplemente la falta de acceso a los medios de comunicación silencian a las voces del pueblo, las paredes murmuran, hablan, gritan. "El que afloja pierde" gritaba en 1977 un paredón de Avellaneda durante los oscuros días de la dictadura en Argentina, una pintada anónima que había perdurado imprevisiblemente, cómplice de quienes resistían en silencio.

Conclusión

• Conclusión de Ezequiel Díaz

Para mí el graffiti en la zona de Belgrano es una expresión co-

municacional porque los chicos que pintan no sólo se expresan artísticamente sino comunican distintas manifestaciones mencionadas en el trabajo práctico como autoridad o ocupación de territorio; a través de sus pintadas se reflejan distintos tipos morfológicos que los representan.

• Conclusión de Paula Marasco

Hoy en día el graffiti es mal interpretado como un delito y existen penas por pintar paredes que van desde los 15 días hasta un año de cárcel. Creo que el graffiti es sin ninguna duda una forma de crear arte, siempre y cuando se realice en un lugar adecuado y habilitado. Vandalismo, por el contrario, es un acto o término ligado a la violencia, a la destrucción, al salvajismo mientras que el graffiti no posee ninguna de esas características. Podemos agregar que aquellos graffiti que presentan un alto grado de elaboración dan gusto verlos, observarlos, y darse cuenta de la majestuosidad de sus creadores.

La investigación me aportó muchísimo conocimiento acerca de un tema tan complejo como lo es la inserción del movimiento grafitero en nuestra sociedad. Mi reflexión acerca del tema es que existen muchos prejuicios, y poco se sabe de lo inmenso y significativo que el graffiti puede llegar a ser.

Por lo tanto es erróneo pensar que el graffiti es cometer un acto vandálico cuando en realidad lo que se intenta hacer es expresar ideas y pensamientos a través del arte. Como cierre y conclusión de la investigación podemos sostener que el graffiti además de ser un movimiento artístico es una forma y/o estilo de vida.

Ciudad de papel

Franco Czavan, Pablo Insiarte, Gastón Andrés Tripodi y Agustín Viegas,

Diseño Gráfico

Síntesis

En este estudio se exploró cómo los medios publicitarios externos, influyen en los estímulos visuales de un lugar determinado. Cómo se puede transformar un espacio específico, por los medios de comunicación en otro totalmente distinto. Cómo se ponen en juego valores, e influyen en las personas que circulan por el lugar. Son tantos los estímulos provocados por los agentes gráficos, que saturan la visión, generando un proceso de "Contaminación Visual". Este proceso no se lleva a cabo de un día para el otro, es un proceso que por medio de la competencia del comercio, los empresarios y los comerciantes, necesitan exponer más sus negocios con auspiciantes, y distintos tipos de publicidades para competir en la vía pública. Se hace difícil promocionarse en la vía pública en un centro comercial, o una avenida importante sin la ayuda de los agentes publicitarios.

Con la ayuda de la historia, de cómo se inició la cartelería, y el comienzo de la publicidad como herramienta comercial, también el concepto de identidad, se eligió un barrio en particular de Buenos Aires, Boedo. Cómo los efectos de la contaminación visual, pueden poner en peligro su identidad particular.

Conclusión

• Conclusión de Gastón Andrés Tripodi

Mediante la realización de este trabajo, se investigó la implicancia de la contaminación visual en la identidad del barrio de Boedo. Mi conclusión con este trabajo, es que claramente la contaminación visual, es un factor determinante en la pérdida

de identidad del barrio, en el cual hoy por hoy sus costumbres y su identidad, se ven limitadas. Por lo cual, se sostuvo la hipótesis planteada.

Hoy por hoy, Boedo se reviste permanentemente de signos mutantes, afiche sobre afiche, señal sobre señal, graffiti sobre graffiti, generando lenta, pero inexorablemente, el repertorio visual con el que convivimos. Textura que actúa sobre la arquitectura urbana, y principalmente sobre la identidad, que se recambia y se recrea en nuevos paisajes comunicacionales.

• Conclusión de Agustín Viegas

La conclusión personal acerca del tema a desarrollar, contaminación visual en la ciudad de Buenos Aires, más precisamente sobre el barrio de Boedo, así como también la identidad, queda reflejada a mi entender, en la pérdida de los valores propios del barrio en sí mismo, dejando así de lado, una parte tradicional y única que representa a un conjunto de personas que se identificaban por su estilo de vida y costumbres.

La pérdida de esta identidad puede observarse en las calles a través de diferentes procesos como la contaminación visual, factor determinante en la estética tradicional del barrio, generando un caos y desorden visual.

Todos estos procesos a mi entender, intentan directa o indirectamente alterar la identidad del barrio, tal vez creyendo, que así será más tecnológico o más agradable a la vista del ser humano que corre en los tiempos presentes.

La contaminación visual y la identidad, creo que son procesos que pueden volver en algún sentido a reciclarse, cuidando y concientizándonos de que es parte de nuestra historia, parte de nuestras raíces, fomentando sobre todo, la educación, el cuidado de nuestra tierra.

• Conclusión de Franço Cazan

Al trabajar yo en una empresa gráfica, creando los distintos tipos de carteles informativos, publicitarios y señalética, me hizo dar cuenta de cómo las empresas consumen constantemente los distintos tipos de publicidad externa, y como el mal uso de ella, puede afectar a terceros.

• Conclusión de Pablo Insiarte

Como carecemos de un parámetro objetivo que nos permita medir el grado de afección a nuestra calidad de vida, este tipo de contaminación está minimizada comparándolas con otros tipos (sonora, agua, aire, tierra).

Esta desventaja que se nos presenta, no tenemos que dejar que sea un obstáculo a la hora de defender nuestros derechos a una mejor calidad de vida, para así exigir constantemente una legislación adecuada, un estricto control sobre este problema que nos afecta a todos y beneficia a unos pocos, para así conservar nuestra decisión de poder mirar a algún punto y no ser invadido por la publicidad, conservar nuestra privacidad, nuestra seguridad en las calles y como punto final no perder nuestra identidad barrial, las características que dibujan como tal a nuestro lugar de vida.

Se entiende por *loft* la transformación de fábricas, talleres, negocios o áticos en grandes y abiertos espacios habitables. El *loft* es un nuevo estilo de vivienda que se desarrolló alrededor de los años 50 en la ciudad de Nueva York, Manhattan en el área del Soho.

La característica principal de este tipo de viviendas es que puede combinar un hogar junto con un espacio laboral, por ello fueron en los principios habitados por artistas y por la clase trabajadora. Pues así, en un comienzo fue relacionado con adjetivos tales como la rebeldía, lo barato, bohemio y *hippie*. De todos modos, su evolución a través del tiempo hizo que estos conceptos fueran modificándose. Esto se refleja en que hoy en día es una forma de vivienda popular en la Ciudad de Buenos Aires, como así también es tendencia en ciudades tales como Los Ángeles, Londres, Milán y Tokio.

Es importante resaltar que la concepción de un *loft* no es la misma en Buenos Aires así como en otras partes del mundo. A diferencia de Nueva York, en nuestra ciudad, no puede ser relacionado con un estilo de vivienda económico. Su desarrollo en la Capital Federal comenzó en Puerto Madero, y es debido al precio del metro cuadrado (mayor a U\$S 3000) que sólo son para personas privilegiados económicamente.

Debido a su trascendencia se considera importante este nuevo estilo de vida y por ello se ha llevado a cabo la investigación. Los objetos principales de dicho estudio, son detectar los habitantes de los *lofts* en la actualidad, sus características y las razones por las cuales este estilo de vida es elegido.

La investigación fue apoyada por encuestas y una entrevista. Así fue posible arribar a importantes conclusiones sobre el estilo y corroborar información obtenida de la bibliografía.

Conclusión

Luego de llevar a cabo esta investigación puedo concluir que los *lofts* son un estilo de vivienda muy reconocido y popular en la actualidad.

Más allá de que fueron originados hace ya 60 años siguen vigentes a la hora de elegir una forma de vivienda, más aún para los jóvenes emprendedores que deciden abandonar su hogar familiar para formar sus propias vidas.

Los *lofts*, aunque son un reciclaje de un ambiente fabril y se intenta conservar el mismo, cumplen con todas las necesidades básicas de una vivienda y muchas otras más. Como por ejemplo, pueden ser una combinación entre un hogar y un lugar de trabajo. Esto puede lograrse ya que son espacios abiertos y diáfanos, capaces de ser modificados y transformados según las necesidades de cada habitante.

Para concluir, es por estas razones que considero a los *lofts* una buena opción como lugar de vivienda, preferentemente para jóvenes.

Gracias a la investigación conocí las características del estilo, sus beneficios, limitaciones y también las cualidades del habitante tipo.

Cátedra: Cynthia Rubert

Estilo Arquitectónico: lofts

Marina Dabove

Diseño de Interiores

Síntesis

La presente investigación se refiere al estilo arquitectónico: *lofts*.

Pop Art: ¿rebeldía contra la sociedad de consumo o glorificación de los medios?

Carolina Falkinhoff y Julieta Valverde

Diseño Gráfico

Síntesis

El trabajo de investigación realizado tuvo como objetivo poner en tela de juicio el verdadero significado de las pinturas del

Por Art, con fin de revelar cuáles eran sus propósitos al utilizar colores llamativos e imágenes pregnantes. Por esta razón, se llevó a cabo una investigación tanto documental como de campo, perteneciendo consecuentemente a las investigaciones de tipo pura y aplicada.

A fin de realizar una constatación empírica de la investigación, se realizó una encuesta no probabilística y una entrevista hacia un artista del ámbito. La combinación de teoría y práctica buscó conocer la opinión de la sociedad con respecto a la hipótesis planteada: Pop Art: “¿Rebeldía contra la sociedad de consumo o glorificación de los vicios?

De esta manera, se aborda el movimiento artístico, Pop Art, desde una manera crítica y analítica que intenta debelar el significado a través de diferentes opiniones valiéndose, al mismo tiempo, de elementos del método científico para lograr sus respuestas.

Conclusión

La investigación se ha llevado a cabo con efectividad y los objetivos y parámetros fueron demostrados por válidos.

Se desarrolló y explicó con eficacia el por qué de los distintos tipos de colores, técnicas y artistas que tomaron lugar en el movimiento del Pop Art tanto en los comienzos como al final de éste. Además se profundizó en los distintos pensamientos y autores de estos, que dieron lugar y fueron pioneros de este movimiento.

Citando lo dicho por la artista encuestada, Viviana Julliard, “La gente no conoce el movimiento, porque está invadida del movimiento mismo. La gente camina y tiene Arte Pop alrededor y no se da cuenta”. Se podrá resaltar que a pesar de la gran influencia del Pop Art su gran y participación en la vida cotidiana de la población ésta pasa desapercibida como forma o estilo de arte, conllevando a que su gran impacto y el llamado de atención que causa que el Pop Art se mimetice con lo común perdiendo su valor artístico sin lograr ser reconocido formalmente como un movimiento de arte.

Al reflexionar sobre los colores utilizados se podrá destacar que se priorizan colores puros, llamativos y “chillones” con el fin de quedar pregnados en la memoria del espectador. Esto permite que el mensaje sea eficaz y difícil de olvidar, permitiendo que se lleve a cabo esta crítica a la comunidad consumista.

La serigrafía toma un rol muy importante en este movimiento, y en la contracción de obras por medio de producir imágenes relacionadas e identificables con el estilo y tono del arte del comic. Dos de los artistas que se destacan dentro del grupo de artistas del Pop Art son Andy Warhol y Roy Lichstenstein que muestran un desarrollo superior no sólo en la utilización de los elementos sino que también en el concepto de sus obras.

El principal objetivo de este movimiento y sus obras son identificados como una crítica a una época y sociedad que le da gran importancia y foco al consumir de manera masiva, es decir, a una sociedad consumista.

Se ha fracasado en cumplir con el objetivo principal de la investigación ya que no se puede puntuar el verdadero significado del movimiento artístico del Pop Art. Además se falla en responder la pregunta del título “¿Rebeldía contra la sociedad de consumo o glorificación de los vicios?”, que puede ser considerada la hipótesis principal del trabajo.

Para finalizar la conclusión se puede decir que la investigación llevada a cabo no es eficiente y que no se logra llegar a una respuesta sólida ya que los trabajos en campo y las bibliogra-

fías resultan ser ineficientes para funcionar de manera eficaz para responder las preguntas de la investigación. Esto permite que ésta sea utilizada como una fuente pero no como una base para abordar otra investigación ya que la hipótesis queda inconclusa a la hora de afirmarse.

La psicología de los colores

Yanina Kaztman

Diseño de Interiores

Síntesis

Nuestra investigación se basa en la explicación de la psicología de los colores y su efecto en las personas. Para enriquecernos más, trabajamos con los conocimientos del Feng Shui en base a este tema.

El Feng Shui consta en relaciones observadas entre la naturaleza y los efectos de su accionar sobre la vida de los seres humanos. Es una forma de geomancia que cree que cada color es una onda electromagnética que causa en las diferentes personas distintas reacciones y sentimientos. Dentro del Feng Shui no sólo es importante el color que elijamos para crear una sensación, sino también la orientación que tiene el espacio. Esto se debe a que cada color y orientación emana una energía determinada.

Elegimos este tema de investigación ya que creemos que a la hora de diseñar un espacio es muy importante conocer los efectos que pueden llegar a causar los colores. Conociendo así más del tema y aplicarlo mejor a la hora de realizar un trabajo. Los colores emiten, según su tonalidad, vibraciones de distintas intensidades que son percibidas por el cuerpo humano, reaccionando física y emocionalmente a ellos. Cada color emite un mensaje, un estímulo; son utilizados y tenidos en cuenta en el Feng Shui para crear ambientes armónicos y provocar sensaciones acordes a las aspiraciones de las personas que interactúan con un determinado entorno.

Creo que es muy importante tener en cuenta estos mensajes y sensaciones que transmite cada color, para que a la hora de realizar distintos trabajos y proyectos, esto se pueda aplicar y luego ver reflejado el resultado en la reacción del usuario, ya sea positiva o negativa.

Con la realización de este informe, se enriqueció mucho más mi conocimiento sobre este tema, especialmente luego de haber realizado la entrevista. El estar en contacto directo con una persona que estudió o ejerce alguna profesión semejante a lo que nos convoca el informe, la cual explica los contenidos desde su propia experiencia, uno logra entender con mayor claridad los conceptos previamente leídos y analizados.

Por otro lado, luego de haber efectuado la encuesta, puedo decir que ésta también me enriqueció, pero de una manera diferente. A través de los resultados obtenidos, la encuesta me demostró cuál es el grado de conocimiento de nuestro universo de medición. Sin embargo, no me aportó un mayor conocimiento sobre el tema, sino que una visión más general de cuánto conocimiento tiene la gente sobre el tema de la psicología de los colores.

Conclusión

Los colores emiten, según su tonalidad, vibraciones de distintas intensidades que son percibidas por el cuerpo humano, reaccionando física y emocionalmente a ellos. Cada color emite un mensaje, un estímulo; son utilizados y tenidos en

cuenta en el Feng Shui para crear ambientes armónicos y provocar sensaciones acordes a las aspiraciones de las personas que interactúan con un determinado entorno.

Creo que es muy importante tener en cuenta estos mensajes y sensaciones que transmite cada color, para que a la hora de realizar distintos trabajos y proyectos, esto se pueda aplicar y luego ver reflejado el resultado en la reacción del usuario, ya sea positiva o negativa.

Con la realización de este informe, se enriqueció mucho más mi conocimiento sobre este tema, especialmente luego de haber realizado la entrevista. El estar en contacto directo con una persona que estudió o ejerce alguna profesión semejante a lo que nos convoca el informe, la cual explica los contenidos desde su propia experiencia, uno logra entender con mayor claridad los conceptos previamente leídos y analizados.

Por otro lado, luego de haber efectuado la encuesta, puedo decir que ésta también me enriqueció, pero de una manera diferente. A través de los resultados obtenidos, la encuesta me demostró cuál es el grado de conocimiento de nuestro universo de medición. Sin embargo, no me aportó un mayor conocimiento sobre el tema, sino que una visión más general de cuánto conocimiento tiene la gente sobre el tema de la psicología de los colores.

Cultura y publicidad

Pablo Nicholls

Licenciatura en Publicidad

Síntesis

En este proyecto se busca encontrar una relación entre la cultura y la publicidad que explique cómo y por qué esta práctica nace desde la cultura y regresa para ser parte crucial en ésta. Al comienzo se encontrará la definición de cultura y la importancia del aspecto cultural en la sociedad. Seguido de esto se planteará una definición práctica de la publicidad en la cual se empiece a formar una relación con la cultura y por tanto la sociedad. Dentro de esto se tratará tanto de los orígenes de la publicidad como de los medios utilizados actualmente por ésta. La publicidad está presente en la vida cotidiana de la mayoría de las personas y por lo tanto se evidenciarán en el trabajo los medios y los lugares en los cuales se encuentra ésta. Existen dos formas fundamentales en las cuales se presenta la producción de la práctica publicitaria, éstas son la explícita y la pasiva. A continuación se planteará y se explicará de forma completa el funcionamiento de la publicidad como práctica cultural y como elemento influyente en una sociedad. Es importante entender los dos caminos mediante los cuales la publicidad se relaciona con la cultura. Uno es la propia definición de publicidad y la forma en la que nace. El segundo es la etapa final de su proceso en la cual vuelve a la sociedad presentada en diferentes formas gracias a los diferentes medios utilizados. En este momento ya es un factor influyente.

Conclusión

Este es un tema que me interesa desde hace un tiempo. En la Universidad Jorge Tadeo Lozano, donde estudiaba antes de ingresar a la UP, cursé una materia llamada Sociología y Publicidad. En esta materia conocí algunos de los trabajos de William Ospina y Octavio Paz y me interesaron mucho. Estos dos autores se especializan en temas sociales. En dos de sus trabajos encontré específicamente la publicidad estudiada

desde un punto de vista cultural. El trabajo final de esta clase se hizo en grupos y escogimos un tema diferente. Por este motivo decidí hacer mi trabajo acerca de este tema que nunca había tenido oportunidad de explorar.

Otro motivo que me lleva a realizar este proyecto es que en el momento estoy trabajando en un ensayo que trata de la propaganda política en Latinoamérica y creo que ambos trabajos se complementan muy bien.

Cátedra: Silvia Thernes

La influencia de la música en la moda de los 60

Lara Leonardi y otros

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

Está claro que los años 60 dieron lugar a una auténtica revolución en muchos aspectos. La moda fue uno de los ámbitos en los que se produjo un auténtico cambio. Surge el concepto de la ropa diferente, original, divertida y extravagante. El glamour y el lujo de los años anteriores dejan paso a la psicodelia. La cultura pop marca un camino distinto en la moda de aquellos años con el uso de estampados y materiales como el plástico. Se llevan gafas grandes y cinturones anchos. Pero la prenda más exitosa, que supuso uno de los hechos claves en la década de los 60, fue la minifalda.

Francia se transforma en el centro de la movida cultural. El resto del mundo centra su atención en el estilo del rock británico que se impone sin resistencia. Las mujeres se maquillan los ojos con gruesas líneas negras. El cabello se lleva corto o con cortes geométricos. También se usa el pelo largo con postizos combinando todos los colores.

No hay que olvidarse los *hippies*, que en los últimos años de los 60 hacen su aparición. Se convierten en los impulsores de este cambio en la visión del mundo, que promovieron la paz, el amor y la moda. Son ellos junto a los Beatles los primeros en revolucionar la moda y crear estilos diferentes a lo visto hasta el momento.

Conclusión

Después de realizar esta larga investigación nos causó un gran impacto dar a conocer e informarnos también, cómo cinco personajes pudieron llegar a influenciar a toda una sociedad, cambiando no sólo una forma de pensar sino también de vestir.

Estamos de acuerdo en que los años 60 marcaron una gran tendencia que todavía sigue vigente y lo va a ser durante mucho tiempo más, ya que a pesar de los años, su imagen no se disuelve y son cada vez más jóvenes sus fanáticos.

Cátedra: María Valeria Tuozzo

El corsé, su evolución y actualidad

Mercedes Ardenghi, María Bartorelli y Sol Cardozo

Producción de Modas

Síntesis

Nuestro trabajo de investigación está basado en demostrar que la utilización del corsé, desde la antigüedad hasta la actualidad, ha ido evolucionando como fuente de estética a otros

objetos e indumentos. Para ello estudiamos la silueta que proponía en sus inicios y la que proponen en la sociedad actual. En el primer caso, recopilamos información de libros y páginas web. Por otro lado, para la realización de encuestas seleccionamos, dentro de nuestro universo, un sector como muestra: mujeres adolescentes entre los 16 y 18 años de edad residentes en el barrio de Palermo.

Conclusión

El corsé ha formado parte del ideal de belleza de la mujer desde la antigüedad hasta principios del siglo XX. Su función es moldear el cuerpo de manera tal que levante el busto, comprima la cintura y ensanche las caderas, aunque perjudica la salud.

Su uso ha ido reduciéndose notablemente hasta prácticamente desaparecer. Esto se debe a la invención de nuevos objetos y actividades que ayudan a la mujer a cumplir con el ideal de belleza del momento. En la actualidad la mayoría opta por otros elementos para mejorar su aspecto físico gracias a nuevos hábitos y desarrollos tecnológicos que reemplazaron al corsé pasado de moda. Hoy en día, las opciones para moldear el cuerpo son infinitas como por ejemplo ingerir píldoras 100% naturales, utilización de fajas, medias reductoras o prácticas deportivas.

En conclusión, esto confirma la hipótesis sostenida por este grupo de trabajo respecto a que el corsé ha sido reemplazado por el uso de otros objetos e indumentos, que si son usados de manera consciente y correcta (sin abusar de ellos), se logran alcanzar los cánones de belleza establecidos en la sociedad. Entre ellos se encuentran medias reductoras, píldoras y cremas. Sin embargo, luego de haber realizado y analizado la encuesta, descubrimos y confirmamos que otro de los métodos utilizados por las mujeres de hoy en día es el deporte, desde el gimnasio hasta danzas y hockey, entre otros.

Cátedra: Juan Manuel Valentini

Publicidades gráficas y campañas que realiza la empresa Quilmes

Josefina Aguilar y Magdalena Aversa

Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

A lo largo del trabajo, investigamos cómo una de las grandes empresas de bebidas alcohólicas de la Argentina da a conocer sus productos mediante la publicidad en distintos medios de comunicación.

Anualmente Quilmes realiza dos *mainlines*, que son las publicidades de mayor importancia para la empresa que son obviamente las que mayores gastos requieren pero también son las que más impacto crean y las que los consumidores suelen recordar con más facilidad.

La campaña de consumo responsable de Cervecería y Maltería Quilmes, se expresa a través de acciones en vía pública, comerciales de televisión y radio, y actividades de patrocinio responsable.

El objetivo de todas estas campañas es concientizar a los consumidores respecto del consumo responsable de bebidas alcohólicas y sobre la incompatibilidad de combinar las acciones de beber y conducir vehículos.

Conclusión

En primer lugar tenemos que destacar el grado de organización con el que cuenta la empresa. Se puede notar claramente que cada departamento tiene bien definida su función y que se encuentran muy relacionados entre sí, llevando a cabo trabajos en conjunto, consultando opiniones, intercambiando ideas.

Desde su fundación en el año 1890, la compañía se ha esforzado por ubicarse en la mente de sus consumidores. Para ello fueron necesarias campañas publicitarias de todo tipo. Las cuales le han representado un importantísimo costo, pero ha sido gracias a ellas que hoy en día a la hora de hablar de cervezas la primer marca en ser nombrada es Quilmes.

Como se puede ver en el portafolio de marcas, con el que trabaja la diversidad de productos que la empresa comercializa es muy amplia y variada pudiendo satisfacer las necesidades de todos sus consumidores. No se limita a innovar sólo sus productos sino que también busca las formas mas variadas de promocionar sus productos, lo que le ha permitido posicionarse tan fuertemente.

Una cerveza hecha para encuentros, para pasar ratos. Como dice la empresa "vivamos responsables". "Tomemos con responsabilidad".

La escuela N° 505 de Moreno

Johanna Barros

Producción de Modas

Síntesis

La escuela N° 505 de Moreno, que pertenece a la Dirección General de escuelas de la Provincia de Buenos Aires, trabaja con niños motores, ciegos, domiciliarios y multi-impedidos. Aquí aprenden a leer a escribir, a manejarse individualmente y en conjunto, a incorporarse a la sociedad.

Si bien existen organismos e instituciones dedicadas al tema de la discapacidad, es poca la importancia y relevancia que se le da a nivel de sociedad. Hay una gran cantidad de personas con dificultad para realizar trabajos remunerados y las personas que asisten a establecimientos educativos no superan el 1,5% de la población discapacitada visual a nivel nacional. El área en que se pueden desenvolver estos usuarios es muy limitada. Actualmente las escuelas especiales, además de educar, rehabilitar y tratar a los discapacitados, ofrecen diversos talleres que pueden realizar para integrarse de a poco a la vida social y laboral, como talleres de masoterapia, donde se pueden contratar sus servicios a domicilio, para empresa o para ser atendido en la misma escuela, talleres de música formando orquestas sinfónicas, talleres de pintura, de inglés, de computación, que ayudan al discapacitado a integrarse un poco más al campo laboral. Por ejemplo, a pesar de todas las actividades podemos darnos cuenta que el discapacitado visual sí puede desarrollarse profesionalmente.

Sabemos que en el caso de los multi-impedidos, obtener trabajo es más difícil, pero esto no quita que puedan investigar y conocer sobre los distintos campos laborales y actividades que se realizan en ellos.

La hipótesis sería que, a través de una educación especial las personas con capacidades diferentes, pueden insertarse en la sociedad, teniendo una mejor calidad de vida.

Conclusión

Posteriormente a lo estudiado a lo largo de nuestra investi-

gación con todas las herramientas necesarias, llegamos a la conclusión de que nuestra hipótesis se confirma. Después de haber realizado la entrevista, el marco teórico y las observaciones, pudimos darnos cuenta de la importancia de la existencia de las escuelas especiales para la formación académica y social de las personas con diferentes discapacidades.

En un pasado dichas escuelas no existían, por lo cual estas personas asistían a aquellas de enseñanza normal y hoy en día podemos ver la grata diferencia tras la aparición de las escuelas con una preparación especial, debido a que trabaja gente especializada para brindarles a estas personas con alguna discapacidad, una dedicación plena y de esta manera formarlos para que en un futuro tengan una mejor calidad de vida.

Nos pareció muy interesante la realización de este trabajo, ya que carecíamos de información y fue muy satisfactorio interiorizarnos en este tema, porque creemos además, que no está muy difundido y que si la gente conociera más acerca de ello, podría haber menos discriminación y las personas de discapacidades vivirían con una mayor tranquilidad.

Llegar a ser emo

Gabriel Casadei y Gonzalo Insua
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

El trabajo que decidimos llevar a cabo se basa en una temática simple: llegar a ser emo. Decidimos abarcar este tema en particular ya que él mismo desde su origen generó una gran controversia en la sociedad generando en la misma una sensación de rechazo hacia este grupo de jóvenes.

La investigación llevada a cabo por nuestro grupo constó de 5 partes. Empezamos con una recopilación de información que cada miembro del equipo tenía sobre el tópico para poder establecer un punto de partida. Luego, recurrimos a fuentes virtuales para poder tener información base sobre "¿Qué es un emo?" y para compararla y adaptar nuestra investigación en base a la misma. Una vez hecho esto, realizamos una encuesta a la gente para saber cómo estaban vistos los emos en la sociedad, información de vital importancia para generar un análisis final sobre esta tribu urbana. Una vez obtenido el punto de vista de la sociedad hacia los emo, realizamos una serie de entrevistas a los jóvenes que pertenecen a la tribu, para conocer entre otras cosas sus costumbres, gustos musicales, su estética y su visión sobre su tribu de pertenencia y sobre la sociedad. Por último, realizamos una entrevista con un sociólogo para tener un punto de vista más estructuralmente explicado sobre nuestra temática de análisis.

Una vez concluido nuestro trabajo de campo y tras un análisis detallado de la información brindada por las fuentes virtuales, las entrevistas y encuestas, pudimos sacar una conclusión final sobre nuestra investigación y generar una hipótesis propia sobre como son los emo.

Conclusión

A partir de lo investigado en nuestro trabajo pudimos llegar a entender y apreciar desde lo personal y lo social características de la vida de los emos, una tribu urbana que en principio creíamos que se auto-marginaba de la sociedad.

Luego de obtener una gran cantidad de información e interactuar socialmente con ellos comprendimos que los emos

no son simplemente una tribu urbana, hay toda una ideología detrás de lo que expresan tanto cultural como socialmente.

Creemos que la superficialidad de la sociedad no los tolera porque no los comprende y eso es lo que genera el rechazo. Sabemos que un emo no es el ciudadano estándar y tal vez su apariencia estética no apele a los gustos más normales de una sociedad, justamente esto fomenta su idealismo y es algo digno de admirar. No les importa encajar, les importa ser ellos mismos y eso es un valor que nosotros consideramos que prevalece y es positivo.

A pesar de no ser comprendidos en su totalidad, esta tribu progresivamente aumenta su número de seguidores.

Nos resultó interesante describir la personalidad de los emos y sus variantes.

A pesar de ser discriminados, ellos ven a la sociedad como una fuente de discriminación y contradicciones entre ellos mismos, como ya mencionamos, no quieren ostentar y aunque mantienen un círculo social pequeño, es muy íntimo y respetan mucho sus valores entre sí, aspecto que una sociedad cada vez más grande y urbanizada va perdiendo a través del tiempo.

La ley de atracción

Stefanía Contreras, Paula Lanza, Mariana Olavarría y Matías Romero Fernández
Licenciatura en Publicidad

Síntesis

Según algunas investigaciones llevadas a cabo, quedó demostrado que hay un tipo definido de personas que atraen con frecuencia circunstancias a sus vidas, el más investigado es el "perfil de la víctima" y resultó como consecuencia que ese arquetipo de personas que "atraen" a sus vidas robos o accidentes con un mayor número de sucesos que otras. Existe también la contrapartida de estos ejemplos, personas que "atraen" todos aquellos logros que se proponen, parece ser una clase de individuos con buena suerte, que con sólo desear profundamente, logran sus objetivos con una enorme y aparente simpleza.

Realizamos este estudio ya que consideramos que es una investigación conveniente que puede ayudar a resolver problemas sociales, es una teoría que básicamente nos dice cómo vivir en un mundo mejor, basada en la ley de atracción.

Conclusión

Creemos que la ley de atracción da resultados. Esto lo pudimos ratificar mediante las encuestas realizadas.

La mirada que nos da el libro y sus documentales es al menos, superficial y capitalista, pero no quita la importancia de tener una postura activa en nuestras vidas.

Podemos controlar la mayoría de nuestros actos, y en los que no, podemos controlar sus consecuencias. Esto no es de ninguna manera una tarea sencilla. A pesar de esto recalcamos que una actitud positiva mejora nuestras vidas, y eso es algo muypreciado. El libro debería hacer más énfasis en el esfuerzo y dejar un poco de lado la manera fantasiosa de explicar la ley. Si esto sucediese más lectores creerían en ésta como una filosofía de vida, mejorando así el día a día, y la idea de superar o alcanzar nuestras metas sería algo común y corriente.

El recurrente acento que se le da a la gratitud es maravilloso. Primero por el reconocimiento de lo recibido, segundo por la apreciación expresada en el agradecimiento en sí, y por último

porque en lo posible se regresa de alguna manera lo recibido. Esto mejora las relaciones y las convierte en auténticas. Por último, creemos que se puede mejorar la manera de explicar la Ley de Atracción, puesto que muchas veces cae en un discurso pobre e infantil. Se le da una importancia desmedida y sobrevalorada al dinero, con la cual no hace más que perjudicar la credibilidad de los autores.

Daniel Casalnovo, diseñador

Melina Ferreyra, Josefina Monnereau y otros
Diseño Textil y de Indumentaria

Síntesis

La clave para ser reconocido está simplemente en la innovación, imaginación y creación constante de la moda y de las nuevas tendencias. Nos centramos, en si es necesario o no realizar una carrera universitaria para ser un exitoso diseñador. Además de estudiar la vida de Daniel Casalnovo, investigamos la vida de cuatro diseñadores diferentes, para compararlos y así llegar al enfoque de la investigación. Comparándolos pudimos ver que desde los diseñadores más reconocidos hasta los que recién empiezan, los estudios universitarios nunca fueron un obstáculo para ellos.

Hoy en día son diseñadores muy reconocidos y al mismo tiempo son admirados por la sociedad que los rodea. La falta de formación no es impedimento para triunfar como diseñador de indumentaria.

Conclusión

Al realizar la investigación sobre la vida de un diseñador nos incrementó valor e información a nuestras vidas, ya que recién estamos entrando al mundo del diseño.

Nuestro enfoque lo centramos, en si es necesario o no realizar una carrera universitaria para ser un exitoso diseñador.

Con todos los datos e información recolectados llegamos a la conclusión, que no es esencial tener estudios universitarios para triunfar en la vida de la moda.

La creatividad, manualidad, e imaginación son simples palabras que no se pueden estudiar en una universidad, si no se lleva dentro de cada uno.

La comunicación pública de la Universidad de Palermo

Florencia Gómez Popwicz, Paula Kiernicki y Brenda Razeto
Licenciatura en Comunicación Audiovisual

Síntesis

La investigación surgió del interés por estudiar los medios de comunicación que utiliza la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo para darse a conocer, qué imagen pretende mostrar a través de ellos, y cuál es el más exitoso, si es que en realidad un medio tiene mayor éxito que otro. A lo largo de la investigación, realizamos entrevistas a tres personas involucradas con los medios de comunicación de la Universidad de Palermo, para que nos brinden su conocimiento y su opinión sobre el tema, y realizamos encuestas a alumnos de la Facultad para tener una opinión desde otro punto de vista.

Conclusión

Apoyando nuestro estudio en bases teóricas extraídas de li-

bros de publicidad y marketing, sumado los resultados de las encuestas y las opiniones de personas con mayor conocimiento sobre el tema, hemos llegado a la siguiente conclusión: a medida que fuimos avanzando con la investigación llegamos a la conclusión de que nuestra hipótesis estaba errada, la hipótesis era que el medio de comunicación informativo más poderoso y efectivo era la página web de la Universidad.

Tanto el periódico mensual, los diversos folletos que realiza la Facultad, como las charlas informativas que brindan los directivos, junto con la página web, los auspicios en medios audiovisuales, y las diversas gráficas realizadas en la vía pública, son una fuente de comunicación primordial para la comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación, y cada uno de ellos actúan de manera de soporte de otro, por lo que ninguno sobresale en importancia. En combinación funcionan a la perfección para realizar una comunicación eficaz y exitosa con sus alumnos, docentes y con toda persona que desee conocer la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Cátedra: Marcia Veneziani

Década del 60: Mary Quant cortó la pollera pero agrandó a la mujer

Melina Moggia y Agustina Rodríguez Zamarripa
Producción de Modas

Síntesis

A través de este trabajo, se intentará encontrar el por qué del surgimiento de la minifalda en los años 60 y cómo influyó ésta en la sociedad. Además, se estudiará el contexto histórico y social de esa década.

Se centrará en investigar la minifalda a partir de su creadora Mary Quant; qué fue lo que la impulsó a crearla y los cambios que produjo en las mujeres jóvenes de su tiempo, los cuales siguen vigentes hasta el día de hoy.

La minifalda no sólo significó un trozo de tela, sino que también implicó una liberación para la mujer joven de esa época. Mary Quant acortó la pollera, pero agrandó a la mujer.

Conclusión

La indumentaria, además de protegernos del frío y cubrir nuestra desnudez, actúa como un medio para transmitir nuestros pensamientos, sentimientos, gustos y hasta incluso, puede utilizarse como un canal de protesta hacia algo en particular, ya sea por cuestiones políticas, educacionales, derechos humanos o simplemente por pensar diferente a la masa.

Hoy en día, estas cuestiones nos parecen obvias y normales pero, fue recién en los años 60 cuando las prendas empezaron a adquirir estas propiedades y hacerse valer por sí mismas; representaron el gran cambio en la manera de pensar y actuar de toda una sociedad que estaba acostumbrada a la estructuración, ya sea de la manera de vestir, como a la de pensar.

Uno de los roles que cumplió la minifalda fue justamente el de permitirle a la mujer joven expresar su libertad, también el de mostrar su igualdad ante los hombres y por supuesto, le otorgó un toque de sensualidad y seducción.

El objetivo de Mary Quant al presentar en público esta falda que estaba 15 centímetros por encima de las rodillas, fue el de poder lograr la distinción entre madre e hija, joven y adulto, y no sólo lo logró de la mano de un rotundo éxito, sino que a

la vez la minifalda fue tomada como un símbolo de libertad y forma de protesta.

Probablemente en los 60 la minifalda constituyó un símbolo distinto al que connota hoy en día. La mujer contemporánea usa la minifalda sabiendo que ésta muestra su poder y su independencia. Ahora, la mujer no necesita igualar al hombre, como en los 60; la mujer ya ha alcanzado ese objetivo. Ésta ahora se diferencia del hombre pero a la vez, toma aspectos que, desde los comienzos de la historia, fueron naturalmente abocados al hombre. Se podría decir que el 'pantalón del hombre', frase que siempre estuvo ligada al poder y a la autoridad de una persona, fue reemplazado por la minifalda. Y es que la mujer actual adquirió mucho más poder y, en muchos casos, opacó al hombre.

La mujer se diversificó; creció en el trabajo, amplió sus posibilidades laborales pero al mismo tiempo, nunca descuidó el cuidado del hogar y, como toda mujer, jamás dejó de lado su imagen. La minifalda la acompaña y acompañó en cada uno de estos aspectos, desde los 60 hasta hoy en día.

De acuerdo a la investigación realizada se llegó a comprobar que la hipótesis, "la minifalda marcó una forma de reivindicación de la mujer joven, en la sociedad occidental de los 60 y en la de hoy", fue acertada.

• Conclusión de Agustina Rodríguez Zamarripa

Este trabajo me aportó muchos conocimientos que no poseía, no sólo mi trabajo sobre la década del 60 sino todos los trabajos que realizamos con nuestras compañeras de la clase sobre las demás décadas del siglo XX.

Siempre escuchaba mencionar sobre cada una de las décadas y yo no tenía idea aquello que caracterizaba cada una de ellas en relación a la vestimenta femenina, pero ahora sí.

Pude aprender las inmensas diferencias que vivían las mujeres de años anteriores y las mujeres actuales. Fue impresionante notar los cambios que ellas lograron y que gracias a todo ello hoy nosotras podemos disfrutar.

A través de nuestro trabajo pude aprender algo que no mucha gente tiene en cuenta, gracias a Mary Quant, en cierta forma hoy somos libres, hoy poseemos libertad de expresión, hoy nuestra voz tiene voto, porque su invento contribuyó en este sentido. Su innovadora creación, la minifalda, nos aportó una posición mayor a la que teníamos en los años 50. Antes las mujeres se consideraban todas iguales, sin importar la edad que tenían, pero gracias a la minifalda las adolescentes consiguieron distinguirse de sus madres, de las personas mayores. También, lo veían como una forma de mostrar su oposición al sistema establecido ya que éste estaba totalmente en contra de este símbolo de libertad: la minifalda.

Sin embargo, ésta perduró a través de los años y hoy sigue presente en los roperos de todas las mujeres. Mary Quant logró mucho más que imponer una nueva moda, logró un rotundo cambio en la vida de las mujeres, les aportó fuerza, y seguridad. Logró agrandar a la mujer.

• Conclusión de Melina Moggia

Después de realizar esta investigación, quisiera poner en tela de juicio la frase de Coco Chanel "Todo lo que está de moda pasa de moda". Las leyes del mercado indican todo el tiempo que cuando un producto se crea, éste tiene su apogeo y al llegar al punto más alto de la cima, cae. Y eso no es lo que desmiento. Estoy hablando de qué sucede cuando algo vuelve a la cima una y otra vez. Se podría decir que nunca cae completamente, nunca pasa realmente de moda. Es más acorde decir que roza sutilmente el fondo, pero es tan tras-

cendente que vuelve a subir, se reinventa y cada vez que esto pasa, adquiere más fuerza. Tal es el caso de la minifalda. Ésta nunca tocó fondo, sigue apareciendo porque es más que una simple prenda. Cuando una persona la lleva, se lee instantáneamente que es una persona segura, con poder e ideologías. Sustentando lo dicho cito la frase de Carmen Acevedo Díaz, nuestra entrevistada, quien es Secretaria de Redacción y Editora del suplemento "Moda y Belleza" del diario *La Nación* quien dijo sobre la minifalda: "Nunca más se fue, llegó para quedarse".

Esta investigación me sirvió para darme cuenta de que el 'ensayo y error' sirve; nuestro primer título fue "El furor de la minifalda", pero después de profundizar un poco en el tema nos dimos cuenta de que la palabra furor no era digna para la minifalda, no guardaba relación alguna con semejante fenómeno. Ni siquiera al empezar la investigación era consciente de lo que significa realmente usar una minifalda, ahora no puedo decir que Mary Quant y otros grandes diseñadores y escritores no me lo advirtieron.

Hay bellezas que duelen

Pilar Pérez Peña

Producción de Modas

Síntesis

En este trabajo de investigación se comparará la Belle Époque (1890-1910) y la actualidad. Esta comparación se hará desde el punto de vista de la mujer, desde la belleza, la salud y el sufrimiento de las mujeres de ambas épocas. También se podrá informar al lector acerca de los métodos que utilizaban y utilizan las mujeres para verse más hermosas, las consecuencias en la salud que éstos tienen y por último cómo la sociedad influyó e influye en esta problemática.

Conclusión

Esta investigación me aportó muchos valores como mujer. ¿A qué me refiero con esto? A que antes, nunca me había interesado por investigar como había llevado su feminidad una mujer de otra época y mucho menos la de la Belle Époque.

La verdad era que me interesaba poco y nada, pensaba que ellas habían vivido su época cumplido su etapa junto al corset y la historia terminaba ahí. También que sólo aparecían en libros de historia las mujeres que sufrían por ser bellas. Pensaba: "pero si ellas no vivieron en época de publicidades que hacen que una misma se mire al espejo y diga quiero ser más flaca o quiero ser como tal o cual modelo". La verdad, es que me equivoqué.

A partir de esta investigación, empecé a estudiar la Belle Époque casi tímidamente y pude darme cuenta de a poco que ellas fueron las primeras que se interesaron por sus figuras, buscaron métodos para que sus cabellos se vieran mucho mejor de lo que eran, cuidar su piel de los daños del sol y muchas cosas más para adaptarse a los estereotipos de la época como hacemos las mujeres de la actualidad. Ellas fueron las pioneras de la belleza. Estoy agradecida de haber realizado una investigación de este tipo y con tantos valores significativos para una mujer.

Cómo influyó la guerra de Vietnam en la moda de la década del 70

Belén Szikla y otros

Producción de Modas

Síntesis

En este trabajo se analizarán los hechos históricos que provocaron un nuevo concepto y modo de vida en la forma de vestir de la década del 70. Es decir, como la guerra de Vietnam provocó que un grupo de jóvenes revolucionarios transformaran no sólo la moda, sino también otros medios de expresión como el arte y la música, para comunicarle a la sociedad del momento sus ideales y pensamientos de, “paz, amor, libertad y fraternidad”. También se mencionarán los símbolos utilizados en la época como síntesis de sus ideales.

Conclusión

A lo largo del estudio de la década del 70, se logró comprobar que la hipótesis de investigación “Los 70 marcaron un hito en la forma de vestir de hombres y mujeres porque reflejaron ideales políticos y sociales”, es correcta. La década del 70 fue conocida como una época revolucionaria. En Estados Unidos los jóvenes *hippies* pacifistas cambiaron la forma de vida capitalista, violenta y autoritaria que se vivía en esos momentos por un modo de vida más libre, cómoda basándose en el amor, la paz y la fraternidad.

Este cambio no fue fácil, pero fue el que finalmente provocó que estos ideales, modifiquen la moda de esos tiempos. Se hicieron muchas protestas contra la guerra de Vietnam y se organizaban comunas para desarrollar y comunicar sus ideas revolucionarias.

Índice de Proyectos de Estudiantes

(presentados por cátedra y por título)

Cátedra: Laura Aguirre

El cambio gráfico de los periódicos en los últimos cincuenta años

Sofía La Grotteria y Jazmín Llambías.....p. 49

El diseño gráfico y los medios promocionales de la publicidad

Mercedes Cofone y Ludmila Sierra.....p. 49

Evolución del packaging discográfico a partir de 1950

Sandra Ayora, Belén Greco y Florencia Rolandelli.....p. 17

Herramientas del diseñador gráfico

Jessica Kandel y Cristina Primavera.....p. 36

La evolución de las publicidades gráficas de cigarrillos y su relación con los consumidores

Melisa Mastrogiacomio y Melissa Stig.....p. 49

Cátedra: Roberto Algasi

Campañas y actos políticos: El PRO en las últimas elecciones

Paola Francavilla.....p. 17

Las estrategias publicitarias en turismo: la marca Patagonia

María Cecilia Antelo y Juan Ignacio Machado.....p. 37

Cátedra: Diana Avellaneda

Chanel N° 5, un perfume revolucionario

Sofía Polo.....p. 51

El caso Axe

Christian Alexander Hauck.....p. 37

Los estereotipos afroamericanos en los cartoons y su influencia en los niños

Gabriela Baisells.....p. 50

Perfumes deportivos Adidas

Sofía Ponti.....p. 52

Personajes afroamericanos en dibujos animados

Melina Belén Lupinacci.....p. 51

Publicidad con modelos afroamericanos

Julio Esteban Yapur.....p. 18

Surrealismo y moda

Florencia Bertolini.....p. 51

Cátedra: Clara Beverini

Cánones de belleza

Guillermina Lafourcade.....p. 53

Diseño web

Karla Dreyer y Lucas Quiroga.....p. 52

El paso del cine mudo al sonoro

Diego Horacio Marzialetti e Ignacio Manuel Veloso.....p. 53

La Guerra de Irak

Paula Cabanillas.....p. 19

La importancia del color en la moda

Andrea Goggia.....p. 52

Música en Internet

Juan Cruz Villa.....p. 53

Cátedra: Marcelo Bianchi Bustos

Buenos Aires, la ciudad, su gente y sus costumbres: cartoneros en Buenos Aires

María Paula Sarobe y otros.....p. 38

Buenos Aires: la ciudad, su gente y sus costumbres

Ana Carolina Solari.....p. 19

El tango y la ciudad

Sandra Fretes.....p. 55

Graffitis en las calles

Danila Cachiarelli.....p. 55

La marginalidad: travestis

Natalia Blaustein.....p. 54

Cátedra: Florencia Bustingorry

Discapacidades en relación al turismo

Franco Conticello y María Belén López.....p. 55

Relación entre el turismo y las personas con limitaciones funcionales

Carla Martínez y Mariana Vigstain.....p. 19

Situación laboral de los hoteles de Puerto Madero

Mariana Zurich y otros.....p. 56

Cátedra: Cecilia Carrizo

Contaminación ambiental

Paula Aduna, Yasmín Kargas y Jennifer Pacheco.....p. 56

Cátedra: Geraldina Cruz

La Masacre de Tiananmen a través de la Fotografía de Jeff Widener

Marcela Aradas, Melanie Genz, Stefania Rizzo y Laura Vázquez.....p. 57

Cátedra: Dolores de Tezanos Pinto

Revival de los 80

Sofía Bayala y Agustina Villacorta.....p. 57

Cátedra: Mariela Delnegro

El público de la Feria del Libro

Melina Cerra y Marwa Mahanna.....p. 58

La seguridad antes y después de Cromañón

Rodrigo Avila, Francisco Cervo, Mariano De Antoni y Lucas Hubscher.....p. 58

Cátedra: Sergio Di Nucci

Evolución del diseño del colectivo porteño

Nicolás Lavorano y Darío Nochetti.....p. 59

Cátedra: Sergio Díaz

Dime cómo es tu oficina y te diré quién eres

Natalia Teitelbaum.....p. 62

Diseño de interiores en los hospitales

Astrid Stufflein.....p. 61

El diseño de interiores en los hospitales

Sabrina Rizzo.....p. 61

El uso de materiales y el espacio

Romina Gómez Filco, Stephanie Mackinnon y otros.....p. 60

La filosofía del Feng Shui en el Diseño de Interiores

Daniela Sagray y Carolina Troilo.....p. 61

La moda y la sociedad

Natalia Améndola y otros.....p. 59

Minimalismo

Wendy Cazap.....p. 60

Cátedra: Claudio Eiriz

August Sander, "Hombres del siglo XX" contrapuesto con propaganda fascista

Juan Carlos Hinojosa López.....p. 38

Retórico en la pobreza

Painé Silva y Lauren Wille Arzabe.....p. 20

Cátedra: Ariel Feldman

Barbie, una revolucionaria de 20 cm.

Eliana Avila y Agustina Piva.....p. 21

Cátedra: Fernández Silvia

Descreimiento hacia la política en general y a la clase dirigente en la Argentina

Mercedes De Zavaleta.....p. 63

Motivos y expectativas de estudiantes colombianos que migran a la Argentina para estudiar diseño

Sara Consuegra.....p. 63

Cátedra: Eduardo Gálvez

El uso de la vestimenta para pertenecer a un grupo

Agostina Caruso, Alejandrina Hazam Porrini y Paula Rubiano.....p. 39

Cátedra: Yanina Gambetti

El problema de la construcción de imaginarios en el comic de la Segunda Guerra

Pablo Ludueña.....p. 65

Graffiti

Crista Vielman.....p. 66

Influencia de propagandas de VIH/SIDA en el imaginario social

Natalia Di Bernardo y Lucas Terradas y otros.....p. 39

La pobreza infantil en Buenos Aires

Ciro Luna Dapozo.....p. 65

Los cambios en el estereotipo ideal de la mujer, antes y después de la posmodernidad

Agustín Álvarez.....p. 64

Los imaginarios acerca del graffiti como expresión vandalística o acto de vandalismo en la actualidad

Leslie Brown.....p. 64

Cátedra: Nicolás García Recoaro

Manejo de desechos en hoteles de 4 y 5 estrellas

Juan Camilo Benedetti, Sebastián Caicedo y
Alberto Lara.....p. 23

Turismo y discapacidad: el turismo accesible en los hoteles de la ciudad de Buenos Aires

Manuel Campi, Marcos Karger y otros.....p. 67

Cátedra: Martín García Sastre

Aporte futuro y tendencias del nuevo cine argentino

Jazmín Nistal Campbell.....p. 69

Cine y Realidad Social: la droga en pantalla

Iván Brunello, Leandro Melon, Emiliano Rodríguez y
Jhon Rubiano Lancheros.....p. 22

Diseño de modas y realidad social: surgimiento y consolidación del movimiento hippie

Martina Actis, Jazmín Avellaneda y otros.....p. 67

Influencia de la moda europea en la latinoamericana: ¿dominio y control?

Stephanie Bielli Erill, Jorge Pedalino y Nicole Rey.....p. 21

La Ley de Radiodifusión, ¿para el pueblo o para el gobierno?

Francisco Casavilla, Jonathan Coletta, José Rodríguez y
Christian Yamao.....p. 22

Moda y tendencias europeas y latinoamericanas de los años 40` y 50`

Verónica Bessopeanetto y Nadia Bonetto.....p. 40

Modernismo Cinematográfico

Cristian Benítez Kauffmann, Sebastián Fernández,
Cristian García y otros.....p. 68

Violencia hacia la mujer en el cine español, norteamericano e indio de los últimos 30 años

Eliana Aragón Erazo, Noelia Chae y otros.....p. 68

Visión mundial del cine argentino

David Guzmán y Christian Pazmiño.....p. 69

Cátedra: Fernanda Guerra

Corea del sur en la década del 70

Priscila Lee.....p. 70

El renacimiento y la transformación del traje

Macarena Perón Sobero.....p. 23

El uso del corset en Europa (1880-1900)

Florencia Meddis.....p. 70

Paz, amor y libertad

Florencia Ruiz Carbajal.....p. 70

Cátedra: Fabián Iriarte

Impactos sobre el ambiente provocados por la construcción y el funcionamiento del Hotel Neo Formosa

Cecilia Goiburú.....p. 72

Motivaciones y exigencias de un turista al elegir un centro turístico vacacional

María Victoria Demarí y Jimena Ojalora.....p. 71

Cátedra: Alicia Laszlo Holland

Christian Dior

Fiorella Firessolo.....p. 72

Indumentaria relacionada con la religión judía

Valeria Tsutsumi.....p. 24

Mademoiselle Coco Chanel

Celina Damiani.....p. 72

Vestimenta de la India y su influencia en la Argentina

Adela Gurdíán Peralta.....p. 73

Cátedra: Andrea Lobos

Polímeros contaminantes y plásticos biodegradables

Javier Sanromán y Marcos Tacón.....p. 24

Surgimiento de la minifalda y la liberación de la mujer

María Julia Serret.....p. 41

Cátedra: Ernesto López

Calvin Klein: la sexualidad en la publicidad de los jeans y fragancias

Adriana Baquerizo y María Paula Herrera.....p. 73

Crocs

Ariel Eskenazi.....p. 75

Influencia de la propaganda nazi en las publicidades contemporáneas

Etienne Budes.....p. 74

Joe Colombo

David Caicedo Henao.....p. 74

Las marcas Cheeky y Mimo & Co

Laura Ceballos, Giuliana Vaninetti y otros.....p. 75

Marca de cigarrillos Camel

Facundo Quinteros.....p. 42

Propagandas gráficas durante la Guerra de las Islas Malvinas

Guadalupe de la Plaza y Fiorella Mattei.....p. 25

Cátedra: Alicia Macias

Bulimia y anorexia: la percepción de los ideales de belleza en las preadolescentes. El problema de los talles
Manuela Flores Larrea.....p. 75

Cátedra: Andrea Mardikian

Mito y cine
Tai Jiun Hong y Mariano Obligado.....p. 76

Respaldo digital
Solana Hernández, Sandra Lorena Rojas Jiménez.....p. 76

Cátedra: Fernando Martínez

Tribus urbanas que sobreviven al paso del tiempo: la vestimenta de los heavies
Natalia Detzel, Valentina Gall y Verónica Schweigmann.....p. 25

Cátedra: Zulema Marzorati

Del canto al cuento
Shirly Berim, Julieta de la Madrid, Juliana Degli Inocenti y Sara Zalberg.....p. 42

Malvinas transgresora
Dino Bertelli, Marianela Sarda y Esteban Simari.....p. 76

Viendo en blanco y negro
Mario Lerma, Marina Merluzzi y otros.....p. 26

Cátedra: Beatriz Matteo

Rediseño del catálogo BAFICI
Manuel Ricardo Rey, Eduardo Rosales Bustillo y otros.....p. 43

Rediseño del catálogo de BAFICI
Diego Gonzáles Pino.....p. 26

Cátedra: Juliana Mirabelli

La evaluación publicitaria de una empresa
Stephanie Calderón, Ignacio Ciccario, Juliana Granados, Andrea Martínez, Ximena Puccio, Victoria Vargas y Sofía Yacuzio.....p. 27

Cátedra: Alejandra Niedermaier

¿De dónde venimos?
María Sol Fernández Mariano.....p. 79

Arte Corpóreo: el Stop Motion
Camila Cescutti.....p. 78

El diseño web
Carolina Yasmín Ciudad.....p. 78

Emoción sonora. El impacto de la integración del sonido en el cine
Valentino Bergamasco.....p. 28

Expresión graffiti, cuando las paredes hablan
María Eugenia López.....p. 79

Los efectos especiales en la industria de cine
Ezequiel Anile.....p. 78

Publicidad irresponsable
Axel Rothbart.....p. 81

Retratante fotográfico y sus diferentes componentes
Mercedes Rezza.....p. 80

Tim Burton: un sello propio
Pilar Megna.....p. 80

Cátedra: Andrés Olaizola

Dengue en Río de Janeiro
Emiliano Marcos Dino.....p. 29

Cátedra: Mercedes Pombo

Andrés Serrano
Celina Lacaze, Fernanda Ordenanz y otros.....p. 29

Eugène Smith: la situación de la mujer española en los años posteriores a la Guerra Civil Española
Paula Tortorella.....p. 85

Hambruna en Sahel: fin de un camino (1984-1985) de Sebastiao Salgado
Leila Parma y Sabrina Zuliani.....p. 30

Imágenes fotográficas de Diane Arbus. Mírame...mírate... ¿Qué ves?
Javier Marra y María Saccone.....p. 44

José Clemente Orozco: opresores y oprimidos a través de su mirada
Elizabeth Milena Forero.....p. 84

La fotógrafa argentina Adriana Lestido
Federico Hernán D'Ermo.....p. 83

La representación del dolor indígena frente a la exclusión social
Camila Sol Botti, Yamila Lonero Biscione y Cynthia Rota.....p. 81

La ruptura del estereotipo masculino y su relación con lo animal
Marian Pagani y Paula Rulli.....p. 43

Las fotografías de Adriana Lestido. El dolor de las madres presas
Florescia Degirolmo.....p. 83

Las fotos de Bischof en los años 50
Leandro Vega y Gabriel Yankiewicz.....p. 85

Nan Goldin
Celeste Canaves.....p. 82

Obras de Frida Kahlo
Priscila Ruiz Abut.....p. 84

Orlan
Alejandra Hernández.....p. 84

Picasso y la guerra: las transformaciones del color en sus pinturas
Victoria de Achával, Sofía Godi y Melanie Klas.....p. 82

Cátedra: María Laura Ríos

Daguerrotipo
Rosario Jacobi y otros.....p. 30

Interpretación y estudio de la evolución de los colores en los avisos gráficos de Coca Cola
María Lucila Gallegos, Luciana González y Camila Iturriaga.....p. 86

Mafalda
María Belén Cabello, Antonella De Luca y Martina Tonero.....p. 85

Cátedra: Beatriz Robles

Ciudad de papel
Franco Czavan, Pablo Insiarte, Gastón Andrés Tripodi y Agustín Viegas.....p. 87

El Graffiti Barrial
Abel Cho, Ezequiel Díaz y Paula Marasco.....p. 87

Cátedra: Cynthia Rubert

Cultura y publicidad
Pablo Nicholls.....p. 90

Diseño de packaging como determinante
Dolores Basaldúa, Camila Caporicci y Florencia Mareta.....p. 30

Estilo Arquitectónico: lofts
Marina Dabove.....p. 88

La psicología de los colores
Yanina Kaztman.....p. 89

Pop Art: ¿rebeldía contra la sociedad de consumo o glorificación de los medios?
Carolina Falkinhoff y Julieta Valverde.....p. 88

Cátedra: Silvia Sánchez

Dime cómo te vestes y te diré que estudias
Ann Massiel Ramos Pasten.....p. 44

Los nuevos accesorios, una cuestión posmoderna
Milena Faguagaz, Mercedes López Sauqué, Agostina Scoponi y otros.....p. 31

Cátedra: Marisabel Savazzini

La moda de los 80
María Belén Quiroga.....p. 45

Telas inteligentes
Carolina Pfeifer.....p. 32

Cátedra: Valeria Stefanini

Henri Toulouse-Lautrec y el origen del cartel
Lucía Bengochea.....p. 32

Cátedra: Silvia Thernes

Harajuku Lolitas
Dolores Mato y Leandro Olmos.....p. 33

La influencia de la música en la moda de los 60
Lara Leonardi y otros.....p. 90

Cátedra: María Valeria Tuozzo

El corsé, su evolución y actualidad
Mercedes Ardenghi, María Bartorelli y Sol Cardozo.....p. 90

La silueta en el siglo XX
Rosario Anzola, Luján Bertolini y Julieta Trozo.....p. 34

Cátedra: Juan Manuel Valentini

Daniel Casanova, diseñador
Melina Ferreyra, Josefina Monnereau y otros.....p. 93

Indumentaria de bomberos, ¿práctico o estético?
Iciar Bravo.....p. 34

La comunicación pública de la Universidad de Palermo
Florencia Gómez Popwicz, Paula Kiernicki y Brenda Razeto.....p. 93

La escuela N° 505 de Moreno

Johanna Barros.....p. 91

La ley de atracciónStefanía Contreras, Paula Lanza, Mariana Olavarría y
Matías Romero Fernández.....p. 92**Llegar a ser emo**

Gabriel Casadei y Gonzalo Insua.....p. 92

Publicidades gráficas y campañas que realiza la empresa Quilmes

Josefina Aguilar y Magdalena Aversa.....p. 91

Cátedra: Marcia Veneziani

Cómo influyó la guerra de Vietnam en la moda de la década del 70

Belén Szikla y otros.....p. 95

Década del 60: Mary Quant cortó la pollera pero agrandó a la mujer

Melina Moggia y Agustina Rodríguez Zamarripa.....p. 93

Década del 80: El brillo del escenario en la vida cotidianaJulia Floresta, Lucila Rumi, Manuela Tornquist, Erika
Weber y otros.....p. 45**Hay bellezas que duelen**

Pilar Pérez Peña.....p. 94

Los años 20: La GarçonneDaniela Calandra, Laura Chavez, Chantal Douer, Daiana
Farji y Carolina Howard.....p. 35

Cátedra: Andrea Zas

Calentamiento global

Camila Ruiz Díaz y otros.....p. 36

Construcción de identidades sociales a través de una marca

Romina Garian, Julieta Sassone y Paula Silva.....p. 46

Índice por autor (ordenado alfabéticamente)

Martina Actis.....p. 67	Iván Brunello.....p. 22
Paula Aduna.....p. 56	Etienne Budes.....p. 74
Josefina Aguilar.....p. 91	Paula Cabanillas.....p. 19
Agustín Álvarez.....p. 64	María Belén Cabello.....p. 85
Natalia Améndola.....p. 59	Danila Cachiarelli.....p. 55
Ezequiel Anile.....p. 78	Sebastián Caicedo.....p. 23
María Cecilia Antelo.....p. 37	David Caicedo Henao.....p. 74
Rosario Anzola.....p. 34	Daniela Calandra.....p. 35
Marcela Aradas.....p. 57	Stephanie Calderón.....p. 27
Eliana Aragón Erazo.....p. 68	Manuel Campi.....p. 67
Mercedes Ardenghi.....p. 90	Celeste Canaves.....p. 82
Jazmín Avellaneda.....p. 67	Camila Caporicci.....p. 30
Magdalena Aversa.....p. 91	Sol Cardozo.....p. 90
Eliana Avila.....p. 21	Agostina Caruso.....p. 39
Rodrigo Avila.....p. 58	Gabriel Casadei.....p. 92
Sandra Ayora.....p. 17	Francisco Casavilla.....p. 22
Gabriela Baisells.....p. 50	Wendy Cazap.....p. 60
Adriana Baquerizo.....p. 73	Laura Ceballos.....p. 75
Johanna Barros.....p. 91	Melina Cerra.....p. 58
María Bartorelli.....p. 90	Francisco Cervo.....p. 58
Dolores Basaldúa.....p. 30	Camila Cescutti.....p. 78
Sofía Bayala.....p. 57	Noelia Chae.....p. 68
Juan Camilo Benedetti.....p. 23	Laura Chavez.....p. 35
Lucía Bengochea.....p. 32	Abel Cho.....p. 87
Cristian Benítez Kauffmann.....p. 68	Ignacio Ciccario.....p. 27
Valentino Bergamasco.....p. 28	Carolina Yasmín Ciudad.....p. 78
Shirly Berim.....p. 42	Mercedes Cofone.....p. 49
Dino Bertelli.....p. 76	Jonathan Coletta.....p. 22
Florencia Bertolini.....p. 51	Sara Consuegra.....p. 63
Luján Bertolini.....p. 34	Franco Conticello.....p. 55
Verónica Bessopeanetto.....p. 40	Stefanía Contreras.....p. 92
Stephanie Bielli Erill.....p. 21	Franco Czavan.....p. 87
Natalia Blaustein.....p. 54	Federico Hernán D'Ermo.....p. 83
Nadia Bonetto.....p. 40	Marina Dabove.....p. 88
Camila Sol Botti.....p. 81	Celina Damiani.....p. 72
Iciar Bravo.....p. 34	Victoria de Achával.....p. 82
Leslie Brown.....p. 64	Mariano De Antoni.....p. 58

Julieta de la Madrid.....	p. 42	David Guzmán.....	p. 69
Guadalupe de la Plaza.....	p. 25	Christian Alexander Hauck.....	p. 37
Antonella De Luca.....	p. 85	Alejandrina Hazam Porrini.....	p. 39
Mercedes De Zavaleta.....	p. 63	Alejandra Hernández.....	p. 84
Florencia Degirolmo.....	p. 83	Solana Hernández.....	p. 76
Juliana Degli Inocenti.....	p. 42	María Paula Herrera.....	p. 73
María Victoria Demaría.....	p. 71	Juan Carlos Hinojosa López.....	p. 38
Natalia Detzel.....	p. 25	Tai Jiun Hong.....	p. 76
Natalia Di Bernardo.....	p. 39	Carolina Howard.....	p. 35
Ezequiel Díaz.....	p. 87	Lucas Hubscher.....	p. 58
Emiliano Marcos Dino.....	p. 29	Pablo Insiarte.....	p. 87
Chantal Douer.....	p. 35	Gonzalo Insua.....	p. 92
Karla Dreyer.....	p. 52	Camila Iturriaga.....	p. 86
Ariel Eskenazi.....	p. 75	Rosario Jacobi.....	p. 30
Milena Faguagaz.....	p. 31	Jessica Kandel.....	p. 36
Carolina Falkinhoff.....	p. 88	Yasmín Kardas.....	p. 56
Daiana Farji.....	p. 35	Marcos Karger.....	p. 67
Sebastián Fernández.....	p. 68	Yanina Kaztman.....	p. 89
María Sol Fernández Mariano.....	p. 79	Paula Kiernicki.....	p. 93
Melina Ferreyra.....	p. 93	Melanie Klas.....	p. 82
Fiorella Firessolo.....	p. 72	Sofía La Grotteria.....	p. 49
Manuela Flores Larrea.....	p. 75	Celina Lacaze.....	p. 29
Julia Floresta.....	p. 45	Guillermina Lafourcade.....	p. 53
Elizabeth Milena Forero.....	p. 84	Paula Lanza.....	p. 92
Paola Francavilla.....	p. 17	Alberto Lara.....	p. 23
Sandra Fretes.....	p. 55	Nicolás Lavorano.....	p. 59
Valentina Gall.....	p. 25	Priscila Lee.....	p. 70
María Lucila Gallegos.....	p. 86	Lara Leonardi.....	p. 90
Cristian García.....	p. 68	Mario Lerma.....	p. 26
Romina Garian.....	p. 46	Jazmín Llambías.....	p. 49
Melanie Genz.....	p. 57	Yamila Lonero Biscione.....	p. 81
Sofía Godi.....	p. 82	María Belén López.....	p. 55
Andrea Goggia.....	p. 52	María Eugenia López.....	p. 79
Cecilia Goiburú.....	p. 72	Mercedes López Sauqué.....	p. 31
Romina Gómez Filco.....	p. 60	Pablo Ludueña.....	p. 65
Florencia Gómez Popwicz.....	p. 93	Ciro Luna Dapozo.....	p. 65
Diego Gonzáles Pino.....	p. 26	Melina Belén Lupinacci.....	p. 51
Luciana González.....	p. 86	Juan Ignacio Machado.....	p. 37
Juliana Granados.....	p. 27	Stephanie Mackinnon.....	p. 60
Belén Greco.....	p. 17	Marwa Mahanna.....	p. 58
Adela Gurdíán Peralta.....	p. 73	Paula Marasco.....	p. 87

Florencia Mareta.....	p. 30	Nicole Rey.....	p. 21
Javier Marra.....	p. 44	Mercedes Rezza.....	p. 80
Andrea Martínez.....	p. 27	Sabrina Rizzo.....	p. 61
Carla Martínez.....	p. 19	Stefanía Rizzo.....	p. 57
Diego Horacio Marzioletti.....	p. 53	Emiliano Rodríguez.....	p. 22
Melisa Mastrogiacom.....	p. 49	José Rodríguez.....	p. 22
Dolores Mato.....	p. 33	Agustina Rodríguez Zamarripa.....	p. 93
Fiorella Mattei.....	p. 25	Sandra Lorena Rojas Jiménez.....	p. 76
Florencia Meddis.....	p. 70	Florencia Rolandelli.....	p. 17
Pilar Megna.....	p. 80	Matías Romero Fernández.....	p. 92
Leandro Melon.....	p. 22	Eduardo Rosales Bustillo.....	p. 43
Marina Merluzzi.....	p. 26	Cynthia Rota.....	p. 81
Melina Moggia.....	p. 93	Axel Rothbart.....	p. 81
Josefina Monnereau.....	p. 93	Paula Rubiano.....	p. 39
Pablo Nicholls.....	p. 90	Jhon Rubiano Lancheros.....	p. 22
Jazmín Nistal Campbell.....	p. 69	Priscila Ruiz Abut.....	p. 84
Darío Nochetti.....	p. 59	Florencia Ruiz Carbajal.....	p. 70
Mariano Obligado.....	p. 76	Camila Ruiz Díaz.....	p. 36
Mariana Olavarría.....	p. 92	Paula Rulli.....	p. 43
Leandro Olmos.....	p. 33	Lucila Rumi.....	p. 45
Fernanda Ordenanz.....	p. 29	María Saccone.....	p. 44
Jimena Otalora.....	p. 71	Daniela Sagray.....	p. 61
Jennifer Pacheco.....	p. 56	Javier Sanromán.....	p. 24
Marian Pagani.....	p. 43	Marianela Sarda.....	p. 76
Leila Parma.....	p. 30	María Paula Sarobe.....	p. 38
Christian Pazmiño.....	p. 69	Julieta Sassone.....	p. 46
Jorge Pedalino.....	p. 21	Verónica Schweigmann.....	p. 25
Pilar Pérez Peña.....	p. 94	Agostina Scoconi.....	p. 31
Macarena Perón Sobero.....	p. 23	María Julia Serret.....	p. 41
Carolina Pfeifer.....	p. 32	Ludmila Sierra.....	p. 49
Agostina Piva.....	p. 21	Painé Silva.....	p. 20
Sofía Polo.....	p. 51	Paula Silva.....	p. 46
Sofía Ponti.....	p. 52	Esteban Simari.....	p. 76
Cristina Primavera.....	p. 36	Ana Carolina Solari.....	p. 19
Ximena Puccio.....	p. 27	Melissa Stig.....	p. 49
Facundo Quinteros.....	p. 42	Astrid Stufflein.....	p. 61
Lucas Quiroga.....	p. 52	Belén Szikla.....	p. 95
María Belén Quiroga.....	p. 45	Marcos Tacón.....	p. 24
Ann Massiel Ramos Pasten.....	p. 44	Natalia Teitelbaum.....	p. 62
Brenda Razeto.....	p. 93	Lucas Terradas.....	p. 39
Manuel Ricardo Rey.....	p. 43	Martina Tonero.....	p. 85

Manuela Tornquist.....	p. 45	Crista Vielman.....	p. 66
Paula Tortorella.....	p. 85	Mariana Vigstain.....	p. 19
Gastón Andrés Tripodi.....	p. 87	Juan Cruz Villa.....	p. 53
Carolina Troilo.....	p. 61	Agustina Villacorta.....	p. 57
Julieta Trozo.....	p. 34	Erika Weber.....	p. 45
Valeria Tsutsumi.....	p. 24	Lauren Wille Arzabe.....	p. 20
Julieta Valverde.....	p. 88	Sofía Yacuzio.....	p. 27
Giuliana Vaninetti.....	p. 75	Christian Yamao.....	p. 22
Victoria Vargas.....	p. 27	Gabriel Yankiewicz.....	p. 85
Laura Vázquez.....	p. 57	Julio Esteban Yapur.....	p. 18
Leandro Vega.....	p. 85	Sara Zalberg.....	p. 42
Ignacio Manuel Veloso.....	p. 53	Sabrina Zuliani.....	p. 30
Agustín Viegas.....	p. 87	Mariana Zurich.....	p. 56

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.

• Jornadas de Reflexión Académica

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 las Jornadas de Reflexión Académica, una publicación académica centrada en cuestiones de enseñanza - aprendizaje en los campos del diseño y las comunicaciones. La publicación lleva el nombre de las Jornadas con un título temático cada año (ISSN 1668-1673) y 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 detallan 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]: **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 Palermo, 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 Palermo, 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 Empresarial 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 Empresarial, 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 Empresarial 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 Empresarial - 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-entretenimiento 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