

MARTES 29 DE JULIO: 124 ACTIVIDADES

001. ALMACÉN DE IDEAS CREATIVAS. WORKSHOP PUBLICITARIO - DÍA 1

Adrián Candelmi [Universidad de Palermo -
Argentina]

10.00 a 12.30 hs. | Mario Bravo 1050

Latinoamérica se destaca en el mundo publicitario gracias a su creatividad. Apostando a lo nuevo, a los riesgos, a las vanguardias, a lo experimental, a los jóvenes talentos. Este taller está enfocado en los estudiantes asistentes al Evento Latinoamericano de Diseño 2008 que provengan del campo publicitario. Un entrenamiento creativo pensando en un futuro concreto y real en el departamento creativo de cualquier agencia de la región. Una forma de abrir puertas "con la cabeza". Un trabajo en equipo donde la mezcla de orígenes será la principal riqueza de las propuestas a presentar. Un slogan, una marca, un sello, una campaña, un grito de alerta, una suave canción: lo que las ideas produzcan una vez que entren en combustión.

002. ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO: 7 CLAVES DE ÉXITO

Fabio Mariano Rijo Balcarce [Marketing
Company - Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

En un mundo globalizado surgen permanentemente oportunidades. Las herramientas básicas para intentar aprovecharlas mediante alianzas estratégicas exitosas.

003. BRANDING: SER OU NÃO SER, EIS A CONFUSÃO...

Filipe Chagas [Museu da República - Brasil]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

A conferência trata de branding, não só de sua definição, mas das linhas de força que evoluíram os pensamentos de identidade corporativa para o que é usado hoje. O objetivo é apresentar um context histórico destas forças, para entender melhor a área do branding e sua ligação interdisciplinar com o design: - Etimologia - Histórico de Identidade Corporativa - Reposicionamento da Comunicação - Crise da Identidade pós-moderna - Práticas do branding.

004. COCINAR MARCAS GRÁFICAS. 12 CONCEPTOS BÁSICOS

Fabián Carreras [Fabián Carreras - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Analizar e identificar las distintas instancias que conforman el diseño de una marca gráfica. La duración es de 3 horas.

005. CÓMO GESTIONAR UN PRODUCTO GRÁFICO. "ESPACIO GUTENBERG"

Matías Alli [Fundación Gutenberg - Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Optimizar la calidad profesional con la incorporación de nuevas habilidades que mejoren la articulación de su trabajo con la industria gráfica. Presentación de un recorrido interactivo por tres niveles de planificación a tener en cuenta en el momento de concebir un producto gráfico. Como resultado, los participantes podrán valorar los beneficios de una buena planificación, superar su visión actual del proceso de diseño y desarrollar técnicas que estimulen el trabajo interdisciplinario.

006. CÓMO MONTAR UNA EDITORIAL DE LIBROS ILUSTRADOS, CON UNA MESA Y UNA COMPUTADORA

Diego Bianchi [Pequeño Editor - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Teniendo en cuenta las posibilidades que se abren con el manejo de las nuevas tecnologías y el uso apropiado de las mismas, podremos a través de ellas, realizar las gestiones necesarias para cualquier tipo de proyecto. Gracias a estos medios se genera una sinergia capaz de envolver diversos tipos de disciplinas que, aliados a herramientas aglutinantes como el diseño, potencian y permiten la concreción de proyectos a distancia materializándose en el objeto-libro-objeto.

007. CÓMO PROTEGER MIS DISEÑOS

Fabian Pablo Loyato [Obligado & Cia. - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Breve panorama acerca del sistema de Propiedad Industrial vigente en Argentina y en el mundo. Este sistema es el que permite a diseñadores y/o inventores poder proteger legalmente sus creaciones a los efectos de obtener un derecho exclusivo sobre las mismas. Estos derechos se pueden licenciar, vender o transferir y constituyen un activo intangible que, en el caso de muchas empresas, son sus activos más valiosos.

008. CÓMO TRABAJAR EN EQUIPO PARA LA REALIZACIÓN DE UNA PELÍCULA

Néstor Adrián Borroni [Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Siempre hablamos del diseño de una película desde el guión hasta la puesta en escena, pero al momento de la realización se generan muchas dudas del rol a cumplir y de la interacción de las áreas. Por eso es fundamental profundizar sobre los roles en cada una de ellas y la interacción de cada una de las áreas.

009. CRITÉRIOS GRÁFICOS PARA ELABORAÇÃO DE PÔSTERES

Airton Cattani [Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Brasil]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

A apresentação de trabalhos profissionais ou acadêmicos em congressos, seminários, workshops, concursos e outros fóruns, têm no pôster (ou banner) uma das maneiras mais eficientes de divulgação. Este recurso permite que informações fiquem à disposição dos participantes, bancas ou visitantes por um período de tempo maior, adaptando-se facilmente à dinâmica de cada evento. Mas a obtenção dos melhores resultados neste tipo de suporte requer a utilização de critérios de composição gráfica onde possam ser explorados os recursos mais adequados, de modo a obter um produto final de qualidade gráfica/visual que o destaque. A utilização dos recursos da informática é um importante aliado nesta tarefa.

010. DISEÑO INTEGRAL

Rodolfo Coronado Recabal [Universidad Central - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

El diseño actual requiere de un diseñador integral con las herramientas y motivación de responder de manera general a las solicitudes reales y particulares del diseño latinoamericano.

011. DISEÑO SEGÚN EL GUSTO DE LOS CONSUMIDORES USANDO LOS SENTIDOS

Eduardo Sebriano [Sensplus SRL - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932

¿Se pueden desarrollar productos según el gusto de los consumidores? ¿Qué cambios concretos debo realizar en un producto para que se maximice la preferencia a ciegas del consumidor? ¿Cómo diseño una experiencia sensorial para mi marca? La duración es de 3 horas.

012. DISEÑO Y PRODUCCIÓN PERSONALIZADO DE MUEBLES

Uriel Ullisky [AKRA interiores - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

La dinámica del diseño de mobiliario customizado. Desde la captación y abordaje del cliente, hasta el diseño y la posterior producción e instalación del proyecto.

013. DISEÑO Y UTOPIA EN LAS SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS

Silvia Berkoff [Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Las fronteras entre artes visuales y diseños se vuelven cada vez más porosas. Durante las últimas décadas del siglo pasado el diseño se puso al servicio del consumo, perdiendo las características transgresoras de las vanguardias. A través del arte y sus recursos, puede volver a convertirse en una herramienta de utopía que conecte los sueños con lo posible. Los artistas en cuyas obras se basa el taller han elegido caminos muy distintos para un mismo objetivo: diseñar objetos, artefactos y viviendas que permitan a los habitantes de las ciudades contemporáneas vislumbrar una vida mejor.

014. EL DISEÑO DE LOS PAPELEROS URBANOS DE SANTIAGO Y BUENOS AIRES

Oswaldo Muñoz Peralta [Universidad de Chile - Chile]

29 de Julio - 10:30 hs. | Mario Bravo 1050

Este estudio busca establecer cómo las variables formales de los papeleros urbanos y su colocación en el espacio público, influyen en su uso por parte de los habitantes de la ciudad. En este caso, los papeleros están ubicados en el microcentro de dos ciudades capitales Latino Americanas, como son Santiago de Chile y Buenos Aires.

015. EL PRECIO EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Maria Alejandra Cristofani [Universidad de Palermo - Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

La variable precio es una de las más complicadas y peligrosas dentro del mercado del diseño. Complicada, ya que lo que debemos valorar es un servicio y peligrosa, porque su incorrecta determinación nos puede dejar fuera del mercado. En este taller se abordarán los elementos a tener en cuenta para el cálculo del precio de un producto, de un servicio y una noción introductoria para calcular un precio internacional.

016. ESKENAZI

Mario Eskenazi [Argentina]

11 a 13 hs. | Jean Jaurès 932

017. ESPACIOS ALTERNATIVOS

Sol Levinton y Natalia Bindenmaister [Espacios A - Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Establecer un espacio de juego en el que se instaure el teatro como metáfora del ámbito laboral. Un lugar para jugar, improvisar y ampliar nuestro universo corporal-físico-emocional, dentro de un marco especialmente diseñado para profesionales que trabajan en empresas y pueden hacer uso de estas herramientas en el quehacer cotidiano. El teatro como herramienta para comunicar, expresar, des- involucrarse libremente con el cuerpo y con la voz.

018. IMAGEN Y CIUDAD. BIFURCACIONES Y CONFLUENCIAS ENTRE ARTE Y DISEÑO

Olivia Frago Susunaga y Blanca Estela López

Pérez [Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa - México]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Proyecto de experimentación creativa que vincula el reconocimiento e identificación de los movimientos estéticos de vanguardia del siglo XX con la imagen visual de los entornos urbanos de la ciudad de México. El objetivo fue explorar las interpretaciones y representaciones que surgen como producto de la analogía entre dos referentes culturales representativos de la formación académica y social de los diseñadores mexicanos.

019. LA CALIDAD BIEN ENTENDIDA EMPIEZA POR EL DISEÑO. GUÍA INTERNACIONAL PARA ISO 9001

Francisco Carlos Maidana [IAPRO - Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Se trata de la primera guía mundial para facilitar la implementación de ISO 9001 en todas las organizaciones relacionadas con el diseño y el proyecto, aplicable a todos los modos del diseño.

020. LA CUARTA MUJER

Gustavo Lento Navarro [Universidad de Palermo - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Últimas tendencias dedicadas a la mujer. Recorrido histórico social del rol de la mujer en la cultura.

021. LECTURA Y ANÁLISIS DE PRODUCTO

Germán Charum Sánchez [Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

El saber leer e interpretar los lenguajes y modelos conceptuales de la forma y sus significados, como proceso fundamental en el desarrollo de productos, como condición fundamental para construir, comprender y establecer lenguaje e imagen de producto.

022. POR QUÉ EL MARKETING ES IMPORTANTE PARA UN DISEÑADOR

Raúl Carlos Drelichman [Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

El Marketing no está ausente en ninguna de nuestras actividades diarias, personales, profesionales y comerciales. El diseñador, como comunicador, debe encontrarse capacitado para utilizar las herramientas del Marketing del Siglo XXI y así lograr una diferenciación en la competitiva sociedad actual. Por otra parte, muchas veces sus clientes serán PyMEs, las cuales no dispondrán de presupuesto para contratar un especialista en Marketing, recayendo por lo tanto en el Diseñador la responsabilidad de asesorar y guiar a sus clientes en este área.

023. TODO SOBRE LAS NUEVAS EXTENSIONES PARA LA GRÁFICA Y LO CORPORATIVO

Gabriel Menta [Acroworld - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Generación de archivos (PDF) gráficos para su distribución. Nuevos conceptos para generar documentación gráfica y corporativa. Cómo impactan en un escenario Web.

024. TRANSPOSICIONES DIDÁCTICAS Y APRENDIZAJE OPERACIONAL EN LA ENSEÑANZA DE LA CALIGRAFÍA Y EL DISEÑO GRÁFICO

Fernando Romero Loaiza, Rubén Gutierrez y Rubén Darío Gutiérrez Arias [Universidad Tecnológica de Pereira - Colombia]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

En este trabajo se presenta, un ejercicio conceptual y práctico, orientado a pensar las formas de didactización de la formación en caligrafía y a establecer las interfaces entre ésta y el diseño gráfico, en estudiantes de artes audiovisuales y pedagogía infantil de la Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia.

025. VALOR AGREGADO EN EL ARTE TEXTIL

Myriam Noemí Núñez y Alejandro Bondone

[Escuela Argentina de Moda / Texturas Argentinas - Argentina]

10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Arte textil aplicado al diseño de Indumentaria. El valor agregado, en la lámina textil, un juego de expresiones inéditas de la mano del arte y la utilización de la tecnología. Búsqueda de una diferenciación relevante en el concepto tejido. Desde la trama y la urdiembre que compone la tela hasta llegar a la superficie.

026. ¿CÓMO ANALIZAR UN FILM?

Lorena Marisa Cancela [UP - Argentina]

10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Introducción en nociones de lectura y comprensión de la imagen cinematográfica. A tales efectos se trabajará con fragmentos donde los concurrentes podrán poner en práctica dichas nociones.

027. BUREAU DE DISEÑO

Graciela Reyes [GR Comunicación - Argentina]

12.00 hs. | Mario Bravo 1050

El modo de trabajo actual exige nuevas formas de trabajo desde los profesionales. Un Bureau de Diseño ofrece una relación directa entre el cliente y el profesional especialista en el área.

028. COMPLEJIDAD, ARGUMENTO PARA OBLIGAR LA CREATIVIDAD E INNOVACIÓN EN DISEÑO

Mario Rubén Dorochesi Fernando

[Universidad Técnica Federico Santa María - Chile]

12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Situar el acto de diseñar en el escenario de la complejidad, permite incorporar como argumento estratégico el conocimiento que se traduce en un entendimiento más amplio del tejido que compone la realidad y una mejor asociación de variables, que en último caso constituyen la base de una acción creativa eficiente en diseño.

029. CUANDO EL BOSQUE NO DEJA VER EL ÁRBOL. DIALÉCTICA DEL SIGNO

Gustavo Adolfo Valdés de León [Fundación

Universidad de Palermo - Argentina]

12.00 hs. | Mario Bravo 1050

El discurso sobre la cuestión del Signo ha devenido, literalmente, frondoso: la semiología ha penetrado profundamente las formas de pensar –y producir– el Diseño y la Comunicación. Se hace necesario, y hasta ecológico, deforestar ese discurso para que el bosque de palabras no impida ver el árbol -el Signo.

030. DISEÑANDO EQUIPOS QUE DISEÑAN

Mariano Durlach [Arquitraining - Argentina]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Abordar algunos de los aspectos que hacen a la construcción de equipos de trabajo brindando herramientas de comunicación y liderazgo, contribuyendo a la búsqueda de la Visión, la Misión y los Valores compartidos, alineándolos hacia el encuentro de mayor efectividad en el logro de los resultados esperados por todos.

031. EXPACIOS [ESPACIOS EXPERIMENTALES]

Mauricio Velasquez Posada [Colegiatura

Colombiana de Diseño - Colombia]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Es una búsqueda de otras formas del espacio en algunas producciones culturales contemporáneas que se han delineado en nuevas tendencias de carácter efímero y temporal, en otras maneras de sentir y pensar la producción arquitectónica y artística a través de expresiones que involucran la relación plástica entre cuerpo-espacio indagando tanto en la arquitectura como en el arte. Nuevas estructuras espaciales en sincronía con el cuerpo, desarrollando y valorando una técnica que se ocupa de las múltiples experiencias perceptivas, descubriendo miradas y alternativas en la concepción del espacio arquitectónico y/o plástico.

032. FOTO + : COMPILACIONES FOTOGRÁFICAS EN BOGOTÁ

Sandra Suárez [Universidad Los Libertadores -

Colombia]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Propuesta de investigación y espacio de exploración de la imagen, integrando la fotografía en la investigación como herramienta primaria en la consolidación de memoria.

033. LA EGOESFERA

Federico García Barrientos [Universidad Pontificia

Bolivariana - Colombia]

12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Poner en escena los modos de habitar que se presentan, para los individuos solitarios en los grandes conglomerados urbanos. Es un hecho al cual se puede acceder gracias a la observación antropológica y la interpretación fenomenológica. De ello se desprende el concepto de "Egoesfera".

034. MILITANCIA GRÁFICA: COMUNICACIÓN VISUAL EN ORGANIZACIONES SOCIALES EN URUGUAY

Javier Dotta Ambrosini y Eduardo Dede

[Círculo Salvo - Uruguay]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Un espacio para compartir los distintos momentos de los escenarios de comunicación de organismos sociales en Uruguay. A partir de las experiencias profesionales de los miembros del estudio Círculo Salvo, se analizará el rol del comunicador en estos espacios y se recorrerá la evolución de la comunicación visual de este tipo de organismos antes y después de su intervención.

035. O CONFORTO COMO FERRAMENTA DO DESIGN TÊXTEL

Ana Cristina Broega y María Elisabete Cabeço

Silva [Univesidade do Minho - Portugal]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

O conforto é um tema complexo e nebuloso, difícil de definir, pode considerar-se como um estado agradável da harmonia fisiológico, psicológica, e física entre o ser humano, o ambiente e o vestuário. Assim, o conforto total pode dividir-se em 4 grupos: psicológico, termofisiológico, ergonómico e sensorial, incluindo o toque dos tecidos. O design têxtil e vestuário têm o objectivo estudar a problemática do conforto em termos de respostas psicofisiológicas do corpo humano em determinadas combinação de condições ambientais. Neste sentido uma das ferramentas do design têxtil é o estudo das propriedades de conforto têxtil e como estas influenciam e condicionam o bem-estar do portador.

036. PROCESOS COGNITIVOS CREATIVOS EN EL DISEÑO DE OBJETOS (PERSPECTIVA EDUCATIVA)

Santiago Forero Lloreda [Universidad Jorge Tadeo Lozano - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Investigación que tuvo por objeto reconocer en el Diseño Industrial y específicamente en la tarea de creación de objetos de uso práctico, los procesos cognitivos creativos (PCC) implicados en esta actividad. A partir de pruebas basadas en Modelos de Cognición Creativa se aplicó una tarea a estudiantes de Diseño Industrial, en la cual se pudieron reconocer los mencionados PCC; la articulación de conceptos innovadores y sus representaciones y los sistemas de procesamiento creativo de información. Las implicaciones educativas del estudio, son relativas a las destrezas mentales a impactar en la formación académica de Diseñadores Industriales.

037. UNA EXPERIENCIA DE DISEÑO BIOMÉDICO INCLUSIVO

Mónica Paola González Rico [Universidad de los Andes - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Es importante considerar el enfoque de diseño inclusivo de los dispositivos asistivos para la población con discapacidad. Cuando la persona interactúa con el producto se involucran aspectos como la motivación y la autorrealización mediante el placer físico y social ya que debe permitir confianza sobre la auto imagen, el desempeño de actividades diarias, el entretenimiento y la satisfacción en el uso diario.

038. VIDEOCREACIÓN ARTIFICIAL

Christian Felipe Lizarralde Gómez [Universidad Católica Popular del Risaralda - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Breve recorrido histórico-conceptual en la evolución de las puestas en escena audiovisuales en vivo, hasta llegar a las últimas tendencias para el diseño y desarrollo de performances on line que fusionan imagen, sonido e interactividad con el espectador.

039. WEB 2.0 Y BLOGS

Nancy Kulfas [Atípica - Argentina]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Acercamiento al mundo de la Web 2.0, las redes sociales y comunidades, y su relación con los blogs, nueva herramienta de comunicación.

040. CUERPO

Mariana Jasovich y Eugenia Descalzo [Universidad de Palermo - Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Una forma alternativa de acercamiento y abordaje del cuerpo humano a partir de recursos creativos y lúdicos. Intenta desarticular prejuicios que se tienen respecto de la práctica y registro del modelo vivo, utilizando la observación directa como punto de partida de un proceso experimental y no académico. Busca sortear aquellos obstáculos iniciales que nos salen al encuentro en la necesidad de representar a la figura humana, como las inhibiciones, los miedos, la sacralización de la práctica y la falta de conocimientos técnicos. El taller está dirigido a todos aquellos que utilizan el cuerpo humano como soporte de variados proyectos creativos y de ideación.

041. DISEÑO Y LUJO

Juliana Cavalieri [DiCavalieri - Argentina]
29 de Julio - 14:00 hs. | Mario Bravo 1050

CE

Una mirada enriquecedora para el que lo estudia, lo trabaja, o simplemente sueña. El diseño está revolucionando el planeta. Surgen nuevas tendencias, nacen nuevos profesionales, aparecen revelaciones. Y no se detiene: el mercado quiere más. Proponemos una actividad entretenida, dinámica, que contará con la participación de los asistentes con el objetivo de motivar la creatividad de cada uno asociando el diseño y el lujo. A través de ejemplos, casos de éxito y de errores cometidos, el taller tendrá como objetivo ofrecer herramientas y soluciones para que el profesional pueda crear piezas de lujo en su labor profesional.

042. EL DISCRETO ENCANTO DE LA ESCRITURA VISUAL

Fabián Iriarte [UP - Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

El taller incorpora algunos parámetros en el proceso creativo de una obra audiovisual de tono ficcional. Nos detendremos en el estímulo creativo para llegar a conceptualizar una idea, y para que esa idea se transforme en una obra audiovisual, conforme al formato donde se inscribe. Las posibles (y no limitadas) maneras de construir un relato audiovisual, teniendo en cuenta su estado universal y su propuesta personal, así como géneros, estilos y fragmentos de obras consagradas reforzarán la propuesta.

043. ENVASE PARA UNA ACEITUNA, PACKAGING EXPERIMENTAL

Martin Christian Fridman [Attik Comunicación Visual - Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Diseñar un contenedor para un producto de uso o consumo cotidiano suele ser un ejercicio de una complejidad a resolver con mayor o menor pericia... pero ¿qué pasaría si nuestro usuario de diseño decide ofrecer su producto de una forma no convencional?

044. O MUNDO DAS COISAS - A CULTURA MATERIAL E SUAS IMPLICAÇÕES NA ANTROPOLOGIA E NO DESIGN

Zoy Anastassakis [Brasil]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

As coisas têm vida. As cidades têm alma. Se perseguimos a vida e a alma de tais materializações da cultura, podemos compreender como os homens ordenam as coisas e como eles são, por sua vez, ordenados por elas. Se tomamos os objetos como dispositivos que codificam relações estabelecidas pelos homens em sociedade, através de uma investigação acerca do mundo dos objetos, podemos decodificar mais facilmente o mundo que nos rodeia. Partindo de uma perspectiva antropológica, a oficina pretende discutir as múltiplas relações que o homem estabelece com o mundo dos objetos (a cultura material). Acreditando que o modo como a antropologia entende a cultura material pode iluminar a prática projetual do designer, discutiremos sobre como a cultura se objetiva, em suas diversas formas.

045. REDACCIÓN DE GUIONES PARA TELEVISIÓN Y RADIO

Luis Buero [Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

El guión según los géneros ficcionales y periodísticos, estructura y características, relaciones del mismo con los pilares de la TV y la radio (contenido, tecnología, publicidad, contexto).

046. UN BUEN BRIEF PARA UN BUEN DISEÑO

Mónica Adriana Antúnez [Universidad de Palermo - Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Características del brief. Análisis de situación, estrategias, elaboración de objetivos. Cómo redactar el brief.

047. DEL EMPRENDIMIENTO A LA EMPRESA

Pedro Reissig y Matías Fernández Moores [Vacavaliente SRL - Argentina]
14:30 hs. | Jean Jaurès 932

El caso de Vacavaliente desde la perspectiva del negocio, con énfasis en el paso de ser un emprendimiento a una empresa. La duración es de 3 horas.

048. ACTITUD CREATIVIDAD: ENTRENAMIENTO PARA EL ESTADO CREATIVO

Adriana Grinberg [Facultad de Diseño y Comunicación UP. - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Subjetividad-arte-diseño. Reconocer en la creatividad, procedimientos que le son propios para su aprendizaje y entrenamiento. Generar estados creativos y dirigirlos a nuestros objetivos. Construir la imagen representativa en arte o diseño y sus desarrollos, depende de la aceptación del rango que ocupa dentro de la subjetividad, lo caótico y la originalidad y encontrar los modos de plasmar ese universo, sustentar su realización y vivenciar satisfactoriamente la ambigüedad de los estados creativos. Comprender al significativo como efecto de su articulación inconsciente y el camino que lo lleve a expresarse.

049. BRANDING & 360: MARCAS VIVAS

Carolina Bonta [Seragini Brand Design - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Explicación de las distintas áreas que abarca la "activación 360" de la marca. Ejemplificado con proyectos desarrollados por la agencia. Taller plateando un caso para que se resuelva en equipos.

050. CORE CONCEPT PLANNER

Gustavo Lento Navarro [Universidad de Palermo - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Una exploración sensible en la búsqueda de conceptos diferenciadores para los diseñadores de hoy. Los roles desarrollados por el Core Concept Planner. Recorrido sobre las diferentes visiones de un concepto. Los caminos hacia una idea diferente, inteligente, relevante para el mundo de hoy.

051. DIRECCIÓN DE ARTE PARA LA WEB 2.0

Felipe Iglesias y Cristian Dagnino [Soda Studio Comunicaciones Limitada - Chile]
15:00 hs. | Mario Bravo 1050

Creatividad, innovación, estandarización e integración tecnológica en el diseño web 2.0. Una guía fundamental para el desarrollo de sitios web exitosos que cumplan con las expectativas del diseñador, los programadores y nuestros clientes. Cómo estructurar sitios web desde las necesidades del usuario y darle valor al diseño sin perder funcionalidad. Anotaciones elementales respecto al diseño de información y estandarización W3C. Revisión de casos exitosos de integraciones complejas con alto valor de diseño y ejercicios breves de solución de estructuras mediante un correcto corte del "layout" plano (como imagen en capas) y su traducción a CSS (hoja de estilo).

052. EL TRABAJO DEL GUIONISTA EN UN REALITY SHOW PARA TODA LATINOAMÉRICA

Laura Ferrari [Fremantlemedia - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Los reality-shows invaden la pantalla en todo el mundo.



Conferencia de
Invitado de Honor



Conferencia (para
todos los inscriptos)



Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)



Talleres para todos
los inscriptos



Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

Los guionistas descubrimos que en la actualidad la ficción parece estar "pasada de moda" y somos convocados por empresas de formatos internacionales para ser "guionistas" de un reality-show muchas veces pan-regional. Entonces, siempre aparece la pregunta de la gente: ¿pero los reality-shows están guionados?... La experiencia de ser Directora de Guión durante 3 temporadas consecutivas de Latin American Idol (Sony Ent. Televisión) para 24 países de toda América Latina. La preparación para trabajar para un mercado latinoamericano y descubrir el idioma común de la región más allá de las diferencias de cada país. El rol del guionista y su capacidad de adaptación, descubrimiento de historias y personajes, táctica para no repetirse en cada temporada, serán algunos de los temas a tratar.

053. GEOMETRÍA DINÁMICA

Ever Patiño [COMFAMA - Colombia]

15.00 hs. | Mario Bravo 1050



El objetivo del taller es enseñar las propiedades que tiene la geometría para generar movimiento. Esto se hará mediante la explicación de principios mecánicos básicos que están más cercanos al diseñador de lo que podría estar un análisis mecánico de ingeniería, y que le permiten por medio de la geometría, desarrollar sistemas transformables o plegables. Los participantes del taller podrán fabricar diferentes modelos donde se ejemplifiquen los principios vistos.

054. LLEITURA E ANALISE DE CRÍTICA DE OBRAS DE ARTE

Roberval José Marinho [Universidade Católica de Brasília - Brasil]

15.00 hs. | Mario Bravo 1050



Leitura analítica e crítica de obras de arte, compreendo o conteúdo e seus aspectos; a composição estrutural; os processos, métodos, instrumentais, faturas; as linguagens expressivas e as interpretações psicológica e simbólica.

055. TRES ENCUENTROS CON NORBERTO CHAVES

Norberto Chaves [I+C Consultores - Argentina]

15 a 17 hs. | Mario Bravo 1050



Coloquio abierto sobre el diseño y algún otro tema interesante.

056. "AURA" O LA CASA ESCUCHADA

Bruno Cruz Petit [Universidad Motolinía del Pedregal - México]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050



A partir de un análisis del escenario de la novela de Carlos Fuentes "Aura", se reflexiona sobre la historia de los sentidos en relación a los espacios

057. CULTURA Y DISEÑO: LE3ROS Y DESPERTARES III

Pablo Mauricio Escobar Escobar y Miguel Ángel Hernández Montoya [Universidad San Sebastián - Chile]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



Difusión visual del patrimonio cultural chileno a través de una exposición realizada desde dos perspectivas: la de un tipógrafo y un diseñador. Determinando distintos factores y elementos de pertenencia cultural, como por ejemplo, artesanías, tipografía urbanas, etc. El proyecto tiene como finalidad transformarse en parte de la memoria histórica visual de Chile, culminando con la edición de postales, libro y catálogo para su distribución masiva. De este modo nos enmarcamos en la globalización rescatando lo local, que es lo trascendente desde la perspectiva del diseño.

058. DISEÑO, SISTEMA PRODUCTOR DE SENTIDO

Gustavo Alberto Villa Carmona [Universidad de Caldas - Colombia]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050



El diseño, pieza fundamental en los sistemas de producción, ha variado el rumbo hacia una nueva designación de sus productos, superando la proyectación objetual, introduciendo estrategias que impacten positivamente los sustratos culturales, reconociendo en ello la participación activa, determinante de los actores que en la actividad del diseñar se involucran: diseñadores, productores y público. Gracias a ello, latitudes como la nuestra, empiezan a apreciar en el diseño un sistema productor de sentido, es decir, un sistema cuyos proyectos comprenden y dimensionan las trazas afectivas que reúnen a las personas en torno a algunas ideas generalizadas de realidad y devenir cultural.

059. EL DESARROLLO DEL DISEÑO ORIENTADO AL COMERCIO INTERNACIONAL: PROYECTO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Néstor Pablo Aleksink [Programa Argentina Exporta - Argentina]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050



Todas las herramientas fundamentales para conseguir la internacionalización de un proyecto de exportación relativo al diseño, considerando distintas alternativas y requerimientos que debe tener en cuenta toda empresa nacional para lograr el objetivo de exportación.

060. EL DISEÑO COMO REDUCTOR DE LA ELASTICIDAD DE LA DEMANDA

Carlos Torres de la Torre [Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Ecuador]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



Para la mayor parte de las personas, el diseño significa apariencia, pero el diseño es mucho más que eso, es la esencia misma del objeto. El precio puede determinarse en función del valor que el consumidor percibe en el bien. Si el producto se diferencia de otros en el mercado debido a las prestaciones que le otorga su diseño, el beneficio percibido será mayor. La gente es menos sensible al precio al aumentar la importancia del beneficio final de la compra.

061. IDENTIDAD VISUAL DE LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO LIBERTADOR ESTADO MÉRIDA

Jhonatan Humberto Medina Caguana [Universidad de Los Andes - Venezuela]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050



La identidad visual de las instituciones gubernamentales (Alcaldías y Gobernaciones) suele estar relacionada con las posturas políticas de los gobiernos transitorios, aún cuando la tradicional utilización de Escudos de Armas como imagen de dichas instituciones ha sido perpetuada de manera legal. Este proyecto establece la pertinencia de la utilización del Escudo de Armas como imagen oficial de la Alcaldía del Municipio Libertador del Estado Mérida, en virtud de la construcción de una Identidad Institucional estable para dicho ente.

062. INGENIERÍA EN NUEVOS MATERIALES, CASO OSTIÓN DEL NORTE

Rafael Ernesto Figueroa y Marisol de los Ángeles González Mejías [Chile]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



La conferencia describe el proceso de estudio y fabricación de un revestimiento para construcción y otros usos en base a la utilización de concha de ostión del norte (*Argopecten Purpuratus*) en una matriz compuesta por resina epoxica.

La idea se origina en utilizar un elemento abundante en el norte de Chile y que actualmente no está siendo utilizado con fines comerciales, convirtiéndose en un residuo. El diseño busca entregar a los productores una expansión en el proceso actual, convirtiendo al material en un elemento valioso para la generación de productos que provoquen un impacto positivo en la comunidad.

063. LA DINÁMICA DEL TALLER PROYECTUAL

Cecilia Mazzeo [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. UBA - Argentina]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



La modalidad de taller caracteriza la enseñanza de las disciplinas proyectuales en la enseñanza superior. Esta denominación da cuenta de un modo de aprendizaje que se produce a través de la práctica proyectual misma. Para aquellos que nos desempeñamos en el campo de la enseñanza y para quienes se forman en él, el taller es el ámbito natural de nuestras prácticas lo cual hace que pocas veces tomemos distancia de él para considerarlo como objeto de análisis.

064. LAS MARCAS COLOMBIANAS HOY

Omar Franco [Universidad De Nariño - Colombia]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



La actualidad de las marcas colombianas supone nuevos escenarios que contemplan nuevas dinámicas y nuevas lógicas. Con este panorama se busca transitar por esas nuevas rutinas de las marcas y describir particularidades que se advierten en el mercado de hoy.

065. LOS NUEVOS ÓRDENES SOCIALES EN EL DESARROLLO DE PRODUCTO

Germán Charum Sánchez [Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



Una visión semioestética desde el diseño industrial. Se establece desde una visión de los nuevos espacios y relaciones en que el diseño se establece, como elementos fundamentales para el desarrollo de producto.

066. MODA, METÁFORAS E CONCEITOS

Mara Rubia Sant Anna [Universidade do Estado de Santa Catarina - Brasil]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



O presente artigo discute expressões como: produto, tendência e sistema de moda, porém não de uma forma direta e segmentada. O que ele se propõe é introduzir o debate, especulando de onde surgem essas repetidas expressões para, num segundo momento, apresentar o conceito de moda e demais termos que são adotadas por esta autora e que, como pressupostos teóricos, conduziram à análise mais consistente e inédita deste trabalho, aquela que circula por três discursos distintos, centrados no termo moda.

067. PROYECTOS DE TITULACIÓN DE DISEÑO INDUSTRIAL: UN TRAMPOLÍN A LA VIDA PROFESIONAL

Gabriel Andrés Hernández Martrou [Universidad del Bío-Bío - Chile]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932



El proyecto final de la carrera o de título, es una oportunidad para proyectarse a la vida laboral y comenzar a trabajar como diseñador o empresario del diseño. La disertación abordará los problemas y características del proceso de titulación, la identificación de oportunidades y las claves para pasar del proyecto - objeto a la proyección profesional.

Agenda completa de actividades académicas

068. RECONSTRUCCIÓN DE LA MEMORIA: LAS MANIFESTACIONES VISUALES COMO LENGUAJE COLECTIVO DE LA CIUDAD DE PEREIRA

Juan Carlos González Tobón [Fundación Universitaria del Area Andina - Pereira - Colombia]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

El proyecto se basa en la reconstrucción de la memoria visual de la ciudad de Pereira; para lo cual se parte del reconocimiento de la dinámica de su imagen actual y la comprensión de los antecedentes iconográficos más representativos. Esta propuesta de reconstrucción de la memoria visual, genera insumos óptimos para la elaboración de diseños, campañas, imágenes y nuevos iconos, que representen los intereses, los imaginarios y las aspiraciones de la población Pereira.

069. REPRESENTACIÓN DEL CONOCIMIENTO Y EL DISEÑO

Nelson Efrén Díaz Pardo [AUTORUN.TV - Colombia]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Plantear la importancia de la representación del conocimiento dentro de las reflexiones que integran el objeto indefinido de estudio del Diseño a partir de la arquitectura de la información.

070. VIVIR DEL DISEÑO SIN MORIR EN EL INTENTO

Jaime Nunez Del Arco Wagner [Nuñez del arco / studio - Ecuador]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

El diseñador gráfico tiene hoy en día un espectro gigantesco de áreas, dentro de la cultura contemporánea, para desarrollarse como profesional. Ropa, revistas, discos, conciertos, eventos y festivales. La autogestión de proyectos, de manera independiente y colaborativa, se alza a nivel mundial como el camino para la realización creativa y profesional.

071. A IMPORTÂNCIA DAS EMOÇÕES NA COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL MEDIADA POR TECNOLOGIA

Joana Lessa [Universidade do Algarve - Portugal]
17:00 hs. | Jean Jaurès 932

A conferência incidirá sobre um aspecto contemporâneo da comunicação interpessoal: a mediação tecnológica. Este aspecto, presente na vida quotidiana e transversal à maioria das atividades do homem, revela uma mudança significativa no modo como o indivíduo comunica com os seus pares. Tendo em vista a fundamental reflexão, que está na base do desenvolvimento de novas estratégias e produtos de Design de Comunicação que sejam eficazes num contexto tecnológico, mostrar-se-á que as emoções são um elemento cuja presença é importante, no cenário de mediação tecnológica.

072. CÓMO DISEÑAR SITIOS WEB USABLES Y ACCESIBLES

Víctor Hugo Benítez [Estudio VBZ - Uruguay]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

Mostrar la importancia de diseñar sitios web que cumplan con normas de usabilidad y accesibilidad, para que estos puedan ser navegados sin problemas por cualquier persona y puedan verse correctamente, independientemente del hardware o software que se use.

073. CREATIVIDADES

Nicolás García Mayor [ar estudio - Argentina]
29 de Julio - 17:00 hs. | Mario Bravo 1050

Recorrido por los distintos trabajos del estudio (Diseño en comunicación visual y audiovisual, diseño industrial y organi-

zación de eventos). Las distintas etapas de desarrollo de los proyectos, la materialización de cada idea. Los aportes que puede brindar cada profesión y especialización en particular, dando resultados importantes y diferenciales.

074. DECÁLOGO DEL DISEÑADOR QUE COTIZA. "ESPACIO GUTENBERG"

Alejandro Bottini [Fundación Gutenberg - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Diez aspectos a tener en cuenta al calcular el precio de un trabajo de diseño. 1. Costos 2. Ganancia 3. Experiencia 4. Servicio ofrecido 5. Habilidad o destreza 6. Formación académica 7. Demanda 8. Oferta 9. Tamaño y exigencia del cliente 10. Alcance y complejidad del proyecto

075. DISEÑO DE PROGRAMAS DE IDENTIDAD CORPORATIVA BAJO EL MODELO DE LA RETÓRICA CLÁSICA

Leonardo Mora Lomeli [Universidad de Guadalajara - México]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

El diseño de identidad corporativa es una de las actividades primordiales del diseñador gráfico, desafortunadamente las teorías que tratan de explicarla y sistematizarla recurren a modelos que en ocasiones resultan complejos y exigen una labor de análisis que en la práctica no siempre es posible realizar por falta de tiempo o recursos. Para resolverlo, proponemos retomar las aportaciones de la retórica clásica (análisis del discurso) y trasladarlas al ámbito del diseño de identidad corporativa, enriqueciéndolas con las aportaciones de autores destacados en el área, para crear un modelo coherente, válido y sistemático, pero sobre todo, accesible al diseñador.

076. DISEÑO TEXTIL X ORDENADOR

Maria Virginia Graciotti [Universidad de Palermo - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Aprender a generar diseños continuos y centrales para la industria textil; y poder transformar y aplicar a escala dichos motivos en un dibujo preestablecido, con el Adobe Illustrator CS2.

077. EL DISEÑO GRÁFICO Y SU RELACIÓN IRRUPTIVA CON EL CONTEXTO SOCIAL

Claudia Mosqueda [Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) - México]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

A partir del cruce de los procesos socioculturales y de diseño en determinados contextos históricos se produce el efecto de irrupción que da origen al carácter profesional del diseño gráfico. Se muestra cómo se ha consolidado al diseño gráfico como disciplina profesional.

078. EL FORMATO PDF EN EL DISEÑO GRÁFICO

Marcelo Cutini [DOTZERO - Argentina]
17:00 hs. | Jean Jaurès 932

La aplicación del formato PDF en el Diseño Gráfico y Multimedia. PDF para enviar a la imprenta. PDF Interactivo. Presentaciones en PDF. El PDF en el flujo de trabajo editorial.

079. GESTIÓN EN EL DISEÑO DE PACKAGING

Juan Bernardo Marletto [Consultora Integral de Packaging - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Descripción de una metodología ordenada con la utilización de herramientas modernas de gestión, para el desarrollo de un proyecto integral de packaging.

080. HISTORIA DEL DISEÑO EN PARAGUAY. UN RESUMEN

Osvaldo Olivera Villagra [Universidad Americana - Paraguay]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

El diseño en Paraguay, posee, por el contrario de la creencia regional, una antigüedad que data de las misiones jesuitas. Incluso los grabados precolombinos forman parte del acervo cultural intangible. Lo particular de la historia del diseño en Paraguay es su interrelación con Argentina: a lo largo de 300 años la historia gráfica de Paraguay se ha vinculado estrechamente con su vecino del sur.

081. LA FORMACIÓN PROFESIONAL EN ANIMACIÓN: ¿A DÓNDE APUNTA?

Eduardo Hipogrosso [Universidad ORT Uruguay - Uruguay]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

La ponencia tendrá una parte de exposición sobre el campo profesional y su formación, y en otra parte se presentarán los premios del festival internacional de animación FIA'07 organizado el pasado año por la Universidad ORT Uruguay.

082. LA VISIÓN CIENTÍFICA DEL DISEÑO

Oscar Rivadeneira [Universidad Tecnológica de Chile INACAP - Chile]
17:00 hs. | Mario Bravo 1050

Desde hace mucho tiempo nos estamos preocupando de desarrollar investigación e innovación en el diseño, sin embargo, carecemos de metodología pedagógica y del desarrollo sustentable de la disciplina. La visión científica bajo una mirada de las ciencias sociales, encumbraría al diseño a una postura académica superior y al nivel de la demás disciplinas que tributan a las ciencias sociales, logrando un desarrollo real y sustentable en el tiempo, especialmente en lo académico.

083. ¿POR QUÉ OTRA FUENTE? TIPOGRAFÍAS, DESDE LA CONCEPCIÓN AL LECTOR

José Scaglione [TypeTogether - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Descripción del proceso de creación de varias familias tipográficas de la fundidora independiente TypeTogether, desde la idea inicial y el planteo de objetivos hasta su uso e impresión en diversas piezas de diseño. Las problemáticas que se convierten en motor para la creación, elección y comercialización de familias tipográficas: soporte de lenguaje, problemáticas técnicas relacionadas con los métodos de reproducción, fuentes de propósito específico, complementariedad para programa de identidad corporativa y expansión para cobertura de idiomas o para compatibilidad de formato.

084. PROPUESTA DE UN BAÑO MECATRONICO PARA GEEKS

Jorge Molina [Universidad de Los Andes - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Un geek es una persona con una gran fascinación por la tecnología y la informática. En este trabajo se propone un diseño de baño para este grupo de seres humanos, para aquellos donde el manejo de la información es importante a cualquier hora y donde se encuentre, se proponen diferentes elementos integrados al baño para poder hacer actividades propias de su estilo de vida.

085. TEMÁTICA Y SENTIR DE UN PUEBLO EXPRESADOS EN JOYAS

Yblins Cabrera Avalos [Donna Perla (joyería) - Bolivia]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Nunca antes se expuso el sentimiento, vivencias, tradiciones, gastronomía, juegos populares, y acontecer político de esta manera: joyas. Pasan de ser simples accesorios de belleza a piezas exclusivas de arte y al mismo tiempo tan urbanas para su uso.

086. CÓMO PRESUPUESTAR DISEÑO

Jorge Piazza [RedArgenta - Argentina]
18.00 hs. | Jean Jaurès 932

Análisis de un método concreto para adjudicar un precio a los servicios que ofrecen las estructuras de diseño, desafiando el argumento de la intangibilidad de los procesos creativos. La duración es de 3 horas.

087. ACTUALIDAD DE LA HISTORIETA EN ARGENTINA

Andrés Accorsi [Freakshow Press, Domus Editora, Districomix - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Un repaso dinámico por las editoriales que animan la actualidad del mercado argentino de historietas mediante la edición de libros y revistas.

088. CHILE MARCA REGISTRADA

Pedro Álvarez Caselli [Universidad del Pacífico / P. Universidad Católica - Chile]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

La conferencia presenta los contenidos esenciales del libro "Historia social de las marcas comerciales y el imaginario del consumo en Chile", a publicarse en julio de 2008. Esta investigación propone una reflexión sobre las marcas comerciales, considerando cómo la cultura participa de la institucionalización de estas. Al mismo tiempo, también intenta comprender cómo el relato de las marcas puede configurar la identidad narrativa de un país que se ha desplazado de la hegemonía del Estado al reinado del mercado.

089. COMUNICACIÓN PARA MICROEMPREENDEDORES

Patricia Iurcovich [Pi Consultora En Comunicación Integrada - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Las herramientas de gestión y contenido sobre el área de la comunicación aplicada a los microemprendimientos. Los conocimientos para aplicar un adecuada comunicación en los proyectos.

090. COMUNICACIONES INTEGRADAS EN MARKETING

Javier Furman Pons [Grupo Ignis Latinoamerica - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Las tendencias del macroentorno (razones, causas y azares). Los aspectos claves de un Planning Estratégico eficiente. Una mirada hacia adelante. Resolución de un caso práctico.

091. DISEÑO EN COMPUTADORA: RHINOCEROS

Facundo Miri [McNeel Argentina - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Técnicas de modelado 3d en computadora. Las nuevas herramientas digitales.

092. DISEÑO Y FACTURA DE JOYAS, PERCEPCIÓN Y TÉCNICA ... DE LO EFÍMERO A LO ETERNO

Carmen Díez [Taller Díez - Chile]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

La experiencia de complementar el diseño industrial y el oficio de la joyería fusionando técnicas proyectuales, conceptuales y productivas. Vivir del diseño, generar una propuesta a partir de la joyería tradicional que incorpora materiales y nuevas aplicaciones pero respetando sus fundamentos, se convierte en una alternativa de diseño.

093. DISEÑO, UN TÉRMINO AL BORDE DE UN SIGNIFICADO

Juan Pablo Salcedo Obregon [Universidad El Bosque - Colombia]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

El diseño ha sido un término que por sus posibilidades semánticas ha sido utilizado indiscriminadamente, lo preocupante ha sido que su significado haya perdido valor dentro de la disciplina y en los oficios y profesiones que de esta dependen. Aclarar y plantear el tema y su relevancia dentro de la definición del rol de responsabilidad que tiene el diseño dentro del desarrollo es un ejercicio importante. Presentar al diseño y sus competencias y las principales estrategias con que cuentan los diseñadores, para lograr hacer pertinente y relevante su trabajo en el marco de una sociedad dinámica.

094. EL LENGUAJE DE LA INDUMENTARIA Y LA PRODUCCIÓN DE MODA

Eleonora Contino [Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

La organización y armado de un desfile y la producción de modas. Partiendo de una introducción al lenguaje de la indumentaria. ¿Qué es una colección?. El diseño de una línea a partir de un concepto/idea.

095. EL NARRADOR CINEMATOGRAFICO: CONSTRUCCIÓN + COACHING DE GUIONES

Pedro Cristiani [Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

El guionista cinematográfico y televisivo no solo tiene el desafío de desarrollar una estructura dramática sólida, sino que debe integrar en su escritura las armas y herramientas de la narrativa audiovisual contemporánea, al mismo tiempo que genera una historia viable desde la producción. Los participantes son bienvenidos en traer sus propios 'work-in-progress' para experimentar un coaching profesional de sus trabajos, sean pitches, guiones de cortometrajes, pilotos televisivos, o largometrajes.

096. GESTIÓN DE LA COMPLEJIDAD EN UNA EMPRESA DE DISEÑO

Eduardo Finci [Asociacion Argentina de Spa - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Los temas mas importantes del día a día de la gestión en una empresa de diseño y las herramientas básicas de la función gerencial. Desarrollo de un caso práctico.

097. GRÁFICA AMBIENTAL Y CORPORATIVA, CÓMO DISEÑARLAS

Olga Bibiana Tibaduisa León [Círculo de la Creatividad - Colombia]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Los conocimientos suficientes para tener bases al momento de realizar imágenes corporativas que comuniquen identidad, asumiendo las diversas necesidades del mercado.

098. IDENTIDAD DE MARCA A PARTIR DEL PRODUCTO

Martín Luis Dalponte [Síntesis Design - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Al abordar la identidad de marca, normalmente, se piensa en logotipos, colores o tipografías. Este enfoque ha probado ser adecuado para empresas de tipo comercial y de servicios. Sin embargo, cuando estamos tratando con empresas que centran su actividad en la fabricación de productos de consumo, esto es insuficiente. Para estas empresas, el principal signo identificador es el producto en sí y el diseño industrial tiene un papel central en la construcción de la identidad de marca. Analizaremos casos de empresas internacionales y finalmente dos casos de aplicación en el ámbito local junto a las herramientas metodológicas que se utilizaron.

099. INTRODUÇÃO À SOCIOLOGIA DO CONSUMO

Eduardo Gonçalves [Núcleo de Estudos Sociológicos dos Mercados (UFSC) - Brasil]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Apresentação das bases conceituais, a partir de autores da Nova Sociologia Econômica, dos estudos na área de consumo. Exploração dos conceitos que levem a um estudo da escolha do consumidor, a consideração dos bens como bens simbólicos e do mercado como espaço de relação social e interesses individuais; uma visão que se opõe aos utilitaristas e moralistas.

100. LAS FOTOGRAFÍAS NO SON INOCENTES

Carlos Alberto Fernández [FB Editores - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

El proceso que lleva a la obtención de una fotografía es sumamente complejo y presenta numerosas dificultades cuando se intenta precisarlo. En el lenguaje cotidiano hablamos de "tomar fotos", "hacer fotos", "captar imágenes", "registrar imágenes" o "capturar imágenes". Más allá de las sutiles diferencias, cada una de estas acciones implica una intención, que es una selección personal que depende de los significados intransferibles, racionales y/o emocionales, que devienen del contenido de la fracción de tiempo y espacio "encuadrada" por el individuo que controla el sistema. Los diseñadores de la comunicación manipulan las fotografías para obtener los más variados impactos emocionales.

101. MANIFIESTO SOBRE USABILIDAD Y ACCESIBILIDAD PARA PORTALES GUBERNAMENTALES MEXICANOS

Marta Sylvia Del Río y Luis Carlos Aceves [Universidad de Monterrey - México]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

El Manifiesto tiene como objetivo crear y mantener sitios web gubernamentales que sean útiles y fáciles de usar para el público más amplio posible: sitios usables y accesibles. Se expondrán las razones que llevaron a crear el manifiesto, las repercusiones nacionales e internacionales que ha tenido, y cuáles son los siguientes pasos.

102. MODERNIDAD Y ENFOQUE RESPONSABLE DEL DISEÑO A TRAVÉS DE LA PEDAGOGÍA

Hans Raúl Maldonado Castro [Interactive Colombia Ltda - Colombia]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Presentación de casos que lleven a evidenciar la responsabilidad del diseño como agente formador y educador de los sujetos que lo consumen para solucionar deficiencias de orden objetivo, las cuales se presentan en su cotidianidad. Análisis del carácter educador positivo o negativo de nuestro entorno diseñado.

103. PINCELES DE LUZ, PINTANDO EN EL AIRE

Felipe Álvarez [Universidad Autónoma - Colombia]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

La fotografía es el arte de dibujar con la luz, la cámara

Agenda completa de actividades académicas

fotográfica capta luz sin importar las condiciones, la noche presenta la mejor oportunidad para apreciar los efectos que esta genera en un tiempo determinado. Durante este taller se experimentará sobre fotografía nocturna, dibujando en el aire con diferentes luces, flash, linternas, entre otros.

104. PROYECTO CON UNA PYME-SISTEMA DE CONFIGURACIÓN DE ATAÚDES PARA EXPORTACIÓN

Pablo Zuñiga y Alejandra Araya [Instituto Profesional de Chile - Chile]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Sistema de Configuración de Ataúdes para la Exportación, concebido bajo la idea de un producto armable pero seguro. Este sistema RTA permite el ahorro de espacio en container y la posibilidad de configuración, permitiendo una gran variedad de modelos, disminución costos de traslado y bodegaje, reducción de posibilidades de contaminación biológica, causadas por la filtración de fluidos de descomposición. Al ser armables, se optimizará espacios de guardado y transporte, y al ser apilables se aumentará la capacidad de un container, debido a la reducción de volumen por unidad de ataúdes, lo que traerá como consecuencia un mejor pago asociado a una carga.

105. REALIDAD VIRTUAL Y AMBIENTES WEB: UN ENFOQUE PROSPECTIVO

Antonio Suazo [NAHAHA Design Studio - Chile]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

La realidad virtual, antes confinada a grupos de investigación, ha quedado hoy prácticamente al alcance de cualquier computador de escritorio. A pesar de ello, y de haberse desplegado toda una versátil línea de aplicaciones en ambiente web, en cada proyecto revisado aparecen sólo programadores –y no necesariamente diseñadores– impulsando y desarrollando esta área. En contrapartida, y como forma de proponer el papel que los diseñadores debemos adoptar en este campo, se presenta un enfoque sobre el futuro de la realidad virtual en ambientes web.

106. STARTUP. COMENZANDO A SER DISEÑADORES

Alejandro Caso [Boogieman Media - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Acercar al público un panorama sobre cómo empezar a desarrollar una carrera de diseñador. El tener un proyecto sobre la misma, los objetivos, la forma de comenzar a trabajar, las cuestiones a resolver, el mercado laboral. Una visión fresca, actual y muy útil para despejar mitos y construir verdades en torno al tema.

107. TABORDA

Felipe Taborda [Brasil]
18 a 20 hs. | Mario Bravo 1050

108. TALLER DE ILUMINACIÓN VIRTUAL (PHOTOSHOP CS3)

Martín Bolaños [Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Este taller propone un trabajo de integración a partir de recursos específicos del conocido software. Cómo generar efectos de iluminación, cómo crear ambientes y espacios artificiales y cómo representar el volumen y la tercera dimensión por medios de recursos de iluminación.

109. TRABAJAR EN UNA AGENCIA DE MKD ES MAS DIVERTIDO QUE FILMAR COMERCIALES (QUE TAMBIÉN FILMAMOS)

Juan Pablo Manazza [Wunderman - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Cómo la necesidad de contactarse con audiencias fragmentadas y multi-conectadas cambió la creatividad del MKD y lo transformó en una de las disciplinas más creativas e innovadoras del momento.

110. ARTESANATO E INDÚSTRIA NO CENÁRIO AMAZÔNICO: QUESTÕES ÉTICAS, ESTÉTICAS E SIMBÓLICAS

Alexandre Santos De Oliveira [Instituto de Ensino Superior Fucapi - CESF - Brasil]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Analisar as dimensões éticas, estéticas e simbólicas que permeiam os produtos artesanal e industrial no cenário amazônico. Tomamos como ponto de partida as reflexões de Canclini buscando refletir sobre tal processo de apropriação e suas consequências para o desenvolvimento de produtos e processos que assumam compromissos com a melhoria da qualidade de vida do homem amazônico.

111. CREATIVIDAD DIGITAL. DOS CASOS DE ESTUDIO: YPF Y NA-SA

Pablo Brovelli [Basso Brovelli - Argentina]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Se comunicarán dos casos de estudio. El primero está relacionado con la comunicación de la energía nuclear en Argentina. La energía nuclear en el país y la nueva creación de Atucha 2. Se planteará cómo fue el rediseño de imagen y la presentación de las plantas con información y manejo de la comunicación. Modus operandi del manejo de información entre el departamento de comunicación de NA-sa y Basso Brovelli. El segundo caso de estudio es el replanteo de la nueva guía YPF serviciu. La presentación del nuevo catálogo totalmente online. Cuáles fueron las alternativas creativas. Resultados de la campaña. Desarrollo de la campaña, objetivos y resultados.

112. DISEÑANDO SOLUCIONES. UN SERVICIO FOCALIZADO EN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

Martin Boschetti [Dídimo - Argentina]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

Cada día hay más empresas que invierten en Diseño. Algunos entienden que el valor agregado en sus productos es una ventaja competitiva en el mercado. Otros, están retrasados con respecto a su competencia y necesitan actualizar sus productos o no tienen herramientas para acompañar el crecimiento de sus empresas. ¿Cómo hacer para que nuestros clientes vean las ventajas de la incorporación de Diseño Industrial? ¿Cómo generar un marco de confianza en este tipo de procesos? ¿Con qué herramientas contamos para optimizar la gestión de los proyectos? ¿Cómo satisfacer a nuestros clientes a partir de un servicio de Diseño Industrial eficiente?

113. DISEÑANDO UN LARGOMETRAJE DE DIBUJOS ANIMADOS

Alex Lossada Segura, Federico Marcello y Federico Radero [Akasha Group Productores Creativos - Argentina]
20:00 hs. | Jean Jaurès 932

Cómo utilizar las técnicas tradicionales de producción para realizar un largometraje de dibujos animados de calidad. Guión, Story Board, Animación, Rodaje y Post-Producción. Aplicación práctica: October Le Chat, un gato negro que trae suerte.

114. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD SOCIAL

Jaime Alberto Orozco Toro [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Pautas generales sobre cómo desarrollar acciones estratégicas de comunicación para llevar a cabo campañas publicitarias sociales, muy diferentes a cuando se piensan acciones para generar la compra de un producto o servicio. Por esta razón, por su intangibilidad, y por sus públicos tan concretos, se deben abordar las comunicaciones de publicidad social de una manera distinta y sobre todo estratégica.

115. EL DISEÑO Y EL HOMBRE DEL SIGLO XXI

Marcela Kral [Universidad de Morón - Argentina]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

El ritmo de vida actual impone nuevas y cambiantes necesidades para el hombre en cuanto a la habitabilidad de los espacios. Los profesionales del diseño son los encargados de dotar a los espacios que habita el hombre de características básicas que hacen al confort, en cuanto a la funcionalidad, estética y tecnología. Es necesario desmitificar el concepto de diseño como sinónimo de frivolidad, en tanto es una disciplina que requiere un alto grado de formación y especialización, teniendo como meta final elevar la calidad de vida del hombre y la preservación del medioambiente.

116. GESTIÓN DE DISEÑO PARA EXPERIENCIAS SATISFACTORIAS EN EL USUARIO

Luis Ahumada [Univesidad Santo Tomas - Chile]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Existe una aparente revolución de nuevos mercados, disciplinas, formas de consumo, etc., que no sólo afectan a los consumidores finales, sino también a todos los profesionales que de alguna manera se han relacionado con las nuevas tecnologías, esta nueva tendencia establece la generación de un modelo estratégico de Diseño que permita satisfacer un doble enfoque: el de los consumidores y su relación con servicios/productos; y el de los agentes que pertenecen a la red de interrelaciones del mercado.

117. MARKETING PARA UN DISEÑO SUSTENTABLE: INTERRELACIONES

María Eugenia Moreno [Intergeo Argentina S.A. - Argentina]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Para el marketing, el diseño es importante para presentar su oferta gráficamente, físicamente, comunicacionalmente. Así, el diseño es una herramienta de marketing. Un producto puede ser un bien físico, un servicio, un lugar, una persona, una idea, un proyecto, un diseño. De esta manera, el marketing es una herramienta del diseño. El diseño como herramienta de marketing es crucial para el éxito de cualquier producto. El marketing como herramienta de diseño es la clave que le otorgará la sustentabilidad necesaria en el público meta y perdurabilidad en el tiempo.

118. METODOLOGIA SEMIÓTICA PARA ANÁLISE DE REVISTAS DIGITAIS ON-LINE

Hermes Renato Hildebrand [UNICAMP - Universidade Estadual de Campinas - Brasil]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

As tecnologias digitais estão criando novos espaços de difusão, organização e valorização da informação. Entre essas tecnologias estão as publicações on-line, que devem privilegiar as características próprias deste meio, a fim de organizar e apresentar as informações nestas interfaces para que o usuário possa alcançar seu objetivo. Desta forma, desenvolveu-se um método de análise de publicações digitais que busca identificar a multiplicidade de abordagens e as sutis diferenças que permitam usar esses meios em todo seu potencial interativo. Como fundamentação, são utilizados conceitos provenientes da semiótica proposta por

Charles S. Peirce, na área do design e ergonomia. Este método foi aplicado em três publicações digitais e constatou-se que há grande carência na utilização dos recursos do ambiente hipermediático nessas mídias.

119. PANORAMA DE LA TIPOGRAFÍA ARGENTINA

Miguel Catopodis, José Scaglione y Pablo Cosgaya [Argentina]
20:00 hs. | Jean Jaurès 932

Perspectiva de la actividad tipográfica a nivel local. Producción tipográfica, fundidoras, copyright, educación, inserción de la tipografía argentina en el mundo, entre otros temas.

120. PROMOCIÓN DEL DISEÑO, LOS CONCURSOS COMO ESTRATEGIA

Paolo Bergomi [Asociación Latinoamericana de Diseño ALADI - Argentina]
20:00 hs. | Mario Bravo 1050.

Un análisis de la necesidad de instrumentar estrategias de promoción del diseño en base a la organización de concursos. El caso exitoso del Concurso Movelsul, su organización y desarrollo.

121. REDES DE INTERÉS EN EL NEGOCIO DEL DISEÑO

Álvaro Magaña Tabilo [Procorp - Chile]
20:00 hs. | Mario Bravo 1050

El diseño ha evolucionado hasta constituirse en un factor práctico de integración y entendimiento sobre las personas, la tecnología, el consumo y la cultura, debido a esto contar con conocimientos y procesos integrados se ha vuelto una condición fundamental para crear valor mediante el diseño, ya sea para incrementar los niveles de calidad de vida o para asegurar la rentabilidad económica de un proyecto.

122. UNA VISIÓN PARTICULAR DE LA CONTRACULTURA Y EL DISEÑO CONTEMPORÁNEO EN VENEZUELA: PINK PUNK

Verónica Casellas Jiménez y Juan Eduardo León [Pink Punk (Inversiones Pnk, C.A) - Venezuela]
20:00 hs. | Jean Jaurès 932

Ofrecer la visión del estado actual de un suceso que se viene produciendo desde hace más de dos años en Venezuela, que se refiere al desarrollo de Diseño de Autor, en sus distintas áreas como el diseño de modas, diseño industrial, fotografía, editoriales, entre otras. Así como exponer la experiencia que ha tenido Pink Punk®, dentro del marco del diseño contemporáneo venezolano, específicamente en el área de Diseño de Indumentaria.

123. UNIVERSAL SENSE SEARCHER

Gustavo Lento Navarro [Universidad de Palermo - Argentina]
20:00 hs. | Jean Jaurès 932

Una nueva metodología para la observación, la identificación, la interpretación y el análisis de las tendencias. Presentación del marco teórico que sustenta dicho método.

124. ¡YO ME EQUIBOQUÉ! UN DISEÑADOR GRÁFICO TAMBIÉN SE EQUIVOCA

Pedro Erico Donnantuoni [imagennativa+diseño - Argentina]
20:00 hs. | Jean Jaurès 932

Un recorrido por todos los errores que puede cometer un diseñador gráfico en el ámbito laboral. Una materia que jamás se podrá estudiar en ninguna universidad y que no se puede experimentar hasta que el superego del diseñador cae en el horrible y profundo pozo del error.

MIÉRCOLES 30 DE JULIO: 127 ACTIVIDADES

125. ALMACÉN DE IDEAS CREATIVAS. WORKSHOP PUBLICITARIO - DÍA 2

Adrián Candelmi [Universidad de Palermo - Argentina]
10:00 a 12:30 hs. | Mario Bravo 1050

Latinoamérica se destaca en el mundo publicitario gracias a su creatividad. Apostando a lo nuevo, a los riesgos, a las vanguardias, a lo experimental, a los jóvenes talentos. Este taller está enfocado en los estudiantes asistentes al Evento Latinoamericano de Diseño 2008 que provengan del campo publicitario. Un entrenamiento creativo pensando en un futuro concreto y real en el departamento creativo de cualquier agencia de la región. Una forma de abrir puertas "con la cabeza". Un trabajo en equipo donde la mezcla de orígenes será la principal riqueza de las propuestas a presentar. Un slogan, una marca, un sello, una campaña, un grito de alerta, una suave canción: lo que las ideas produzcan una vez que entren en combustión.

126. A IMAGEM DO HERÓI NO IMAGINÁRIO DOS JOGOS ELETRÔNICOS

Monica Lima de Faria [Escola Superior de Propaganda eMarketing - Brasil]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050

A importância da imagem do herói na construção do imaginário dos jogadores de jogos virtuais eletrônicos. Os jogos eletrônicos seriam uma tecnologia do imaginário, um meio pelo qual imaginários se expressam e se formam (Machado da Silva, 2003). Os jogos virtuais são caracterizados pela interação através de uma interface, uma plataforma mediadora não atual, através da qual os jogadores podem interagir. Mediado pela tecnologia que são os jogos virtuais eletrônicos, os jogadores interagem através de seus heróis que nada mais são do que ciborgues de si, criando um imaginário inerente aos usuários.

127. AL HORNO. COCINANDO IDEAS EN UN PAÍS EN LLAMAS

Alejandro Caso [Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050

A través de casos testigos se muestra cómo se realizan piezas de diseño cuando el contexto se vuelve adverso. Un recorrido por casos puntuales mostrando que al igual que en la gastronomía la combinación de razón, sentimiento y técnica hace de una idea simple, un resultado provechoso.

128. CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO DE INFOGRAFÍAS PARA CURSOS A DISTANCIA

Juan Biancardi [Universidad Rafael Belloso Chacín (URBE), Estudios - Venezuela]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050

El desarrollo del material gráfico para un curso a distancia, tomándose en cuenta como medio Internet, está vinculado al tipo de información que lo genera pero a su vez se debe considerar una serie de aspectos técnicos tales como: el tipo de imagen, la profundidad del color, el color, la tipografía, las dimensiones, entre otros; para poder producir un concepto acorde y facilitar el aprendizaje del usuario. Desde el momento de concepción de la idea se plantean una serie de variables como: funcionalidad, escogencia de la representación gráfica, aspecto gráfico de la misma y el medio donde se va a constituir, tomadas en cuenta para poder personificar de forma idónea el material visual.

129. DERECHO Y DISEÑO: PROPIEDAD INTELECTUAL Y RELACIONES CONTRACTUALES

Homero Rondina [FADU Universidad Nacional del Litoral - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932

Se plantean los recursos legales, teóricos y prácticos, que regulan la profesión del Diseñador, sus derechos, obligaciones y responsabilidades, tanto en el ejercicio libre de la profesión como en el ejercicio vinculado por contratos asociativos o relaciones de empleo o trabajo.

130. DESARROLLO DE IMAGEN Y PRODUCCIÓN DE PACKAGING

Karina Terribile [Sweet S.A. - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932

Panorama general sobre el desarrollo y producción de imagen en envases para golosinas, desde las cualidades comunicativas del producto. Procesos creativos y de desarrollos de artes para packaging de golosinas; exposición colectiva de trabajos para impresión en los sistemas offset, flexo y huecograbado de impresión.

131. DIBUJO DE MODA POR ORDENADOR

Cynthia Smith [Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050

Taller de dibujo por computadora en Corel Draw X3 y Photoshop CS3. Las principales herramientas y ejemplos como para poder desarrollarse en un campo que a muchos estudiantes todavía les resulta desconocido.

132. DISEÑO DE ESTRATEGIA COMUNICACIONAL DIRIGIDA A LA INTEGRACIÓN SOCIAL

Jhonatan Medina, Jesús Alcalá, Maria Jose Barrios Antolinez, Juan Leon y Asdrubal Navas [Freelance - Venezuela]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050

El proceso metodológico para la creación de piezas gráficas, con el objetivo de incitar la reconciliación social en Venezuela, debido a la actual situación de división ideológica nacional, a raíz de los enfrentamientos políticos de distintos sectores sociales del país. Motivados por esta situación se generaron propuestas gráficas en las que se utilizó el signo de la mano como elemento unificador, el tricolor patrio para identificar la propuesta y la frase "la unidad está en nuestras manos" para reforzar el mensaje de conciliación. Hablaremos sobre la diversificación de propuestas partiendo de los mismos componentes del mensaje bi-media.

133. DISEÑO WEB FLASH

María Florencia Delponti y Sebastián Patri [FD ingeniería&diseño - estudio de diseño - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932

Presentación multimedia de animaciones Flash: Diseño y Desarrollo de Sitios Web. Publicidades animadas. Recursos empleados para el desarrollo Flash.

134. EL CICLO DE DISEÑO WEB: ALCANCES E IMPLICANCIAS

Betina García, Ignacio Casinelli Esviza y Diego Urrutibehety [Café Binario - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932

Abordar el proceso de desarrollo de un sitio, desde el punto de vista del diseño. La duración es de 3 horas.

135. EL DISEÑO EN LAS ARTESANÍAS MISIONERAS

Elba María Expósito [Universidad de Palermo - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050

Mostrar los diseños, texturas, manufactura, ejecución y productos de las artesanías vigentes al día de hoy en la región misionera, particularmente los textiles y la cestería,

y descubrir las influencias recibidas de guaraníes, jesuitas e inmigrantes europeos, cuyos aportes se mezclaron y dieron por resultado los objetos que actualmente se ofertan en el mercado turístico.

136. EL HOGAR INTELIGENTE

Juan Pablo Degiovanni [Broken Mind - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

El hogar Inteligente en Argentina y en el mundo. Cómo impacta el diseño en el hogar inteligente. Nuevas tendencias al alcance de los usuarios.

137. ERRORES COMUNES = DISEÑADORES COMUNES

Silvana Mendez [Janus Comunicación - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

El trabajo desordenado, sin pensar y sin estrategia, compota contra nuestra libertad creativa. Evitar que el cliente nos vea desprolijos en el procesamiento de su material es tan importante como hacer un trabajo super creativo. Proveer soluciones y no ser un problema. Esa es la diferencia esencial. Si tenemos eso manejado... ¡podemos crear tranquilos!

138. ESKENAZI

Mario Eskenazi [Argentina]
11 a 13 hs. | Mario Bravo 1050

139. LA GUERRILLA MEDIÁTICA Y OTRAS FORMAS DE RESISTENCIA AL GOCE DE LA MARCA

Martín Groisman [Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Pensar en una poética de los medios implica en primer lugar considerar el contexto político y social en el que éstos desarrollan su "estética" comunicacional. No todos los barrios de la gran Aldea Global son iguales y es precisamente esa diferencia la que nos interesa señalar.

140. LA IDENTIDAD NACIONAL. JOPODEGOMINA

Santiago Spigariol, Maximiliano Yakin Bozek y Maximiliano Yakin Bozek [Spiga Diseño gráfico - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Nuestra disertación aborda la temática de la cultura popular, los iconos de lo argentino, la dicotomía entre el diseño "oficial" y expresiones artística y gráficas mas amateurs, socialmente menos aceptadas, pero igualmente presentes y generadoras de nuestra identidad.

141. LA MODA Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

María Fernanda Soria y Norberto Zibritovsky [PHVS Argentina - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

La Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria les propone a los protagonistas de la moda reflexionar sobre los dilemas actuales y los desafíos y oportunidades que presenta la gestión socialmente responsable en el ámbito sectorial.

142. MARKETING PRÁCTICO PARA PROFESIONALES DEL DISEÑO

Sergio Corian [corianmarketing - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Reformulación del quehacer profesional "histórico" de los diseñadores que, en general, no poseen nociones concretas sobre cómo conseguir clientes: cómo acercarse a aquellos que requieran y paguen buen dinero por los servicios que

ellos realizan o pueden llegar a realizar. Cómo se realiza el desarrollo de un proceso de marketing práctico. cómo conseguir clientes y mantener a los actuales.

143. MODELO SEMIÓTICA VISUAL DEL ESPACIO SOCIAL

Cesar Sagredo [Universidad Tecnológica de Chile - Chile]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932

El siguiente trabajo se contextualiza teóricamente en el ámbito de la Semiótica Visual, precisamente en lo que se denomina gramática visual, y corresponde a un estudio teórico práctico que se hace al modelo denominado "Semiótica Visual del Espacio Social" de los teóricos Kress y Van Leeuwen. El objetivo principal de la investigación se centra en comprender semántica y operacionalmente dicha propuesta teórica, para lo cual se aplicó dicho modelo al primer material propagandístico realizado por la Polla Chilena de Beneficencia ente los años 1970-1973. Los resultados validan semántica y operacionalmente la estructura propuesta, añadiéndose a ésta una quinta cualidad estructural que gravita directamente en la forma de codificar y entender un mensaje visual.

144. MUNDOS IMAGINADOS. UNA MIRADA AL DISEÑO POR ESCENARIOS

Miguel Ángel Ruiz y Edgar Moreno [Fundación Universidad del Norte - Colombia]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Tomando como referente el diseño y planeación por escenarios, se orienta a los asistentes en la construcción de mundos imaginados, la descripción de sus características y narración de eventos en un periodo de tiempo determinado a partir del suministro de datos o información parcial. Posteriormente propondrán soluciones objetuales a partir del planteamiento de problemas, objetivos y requerimientos. Este taller busca un acercamiento asertivo a las situaciones a intervenir por parte del diseñador, mediante el conocimiento real del usuario, contexto y necesidades.

145. POMAIRES, UNA EXPERIENCIA DE ARCILLA Y DISEÑO

María Angélica Miño Campos [Instituto Profesional de Chile - Chile]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

El instituto Profesional de Chile junto a SERCOTEC, –organismo de gobierno que brinda apoyo a micro y medianas empresas– busca integrar a sus alumnos a las áreas productivas del país, desarrollando proyectos reales que aporten a nuestra comunidad. El actual escenario de competitividad en los mercados necesita de la diferenciación, creación de nuevos negocios e innovación como la única opción de supervivencia y de éxito. En este contexto es el "valor agregado" en productos y servicios lo que marca el rol del Diseño como un agente activo de nuevos posicionamientos en los mercados. Experiencia realizada por la Carrera de Diseño del Instituto Profesional de Chile y los alfareros de la localidad de Pomaire, ubicado en la comuna de Melipilla, Santiago, Chile

146. SELECCIÓN DE PROPUESTAS DE DISEÑO: UN ENFOQUE DE NEURO-DISEÑO

Juan Manuel Madrid Solórzano [Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - México]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Análisis neuropsicológico en el proceso de selección de propuestas de diseño, basado en el diseño de una estación de boleros. Este análisis sugiere la importancia de la emoción, la imitación y el estrés en el proceso de tomar decisiones. Se propone un modelo neuropsicológico que

describe diferentes factores que determinan la interpretación de una imagen. Con la teoría expuesta se introduce al concepto de neuro-diseño.

147. SERVICIOS Y ASESORÍA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN CON IDENTIDAD PROPIA. PAQUETIZACIÓN DE SERVICIOS

Diego Bresler [DB Consultoría - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Entender la importancia de "paquetizar" los servicios a la hora de vender nuestros conocimientos. Análisis de alternativas. Concepto de diseño vs. negocio. La identidad. Servicios y productos. Paquetización. Definición de un proyecto. Objetivos. Aportes. Áreas de negocios. Alcances. Estrategia a implementar. Plan de implementación. Casos prácticos. La duración es de 3 horas.

148. SISTEMAS DE IDENTIDADE VISUAL: ANÁLISE DOS SIGNOS

António Carlos Camilo Correia de Lacerda [Universidade do Algarve - Portugal]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Dada a consciência do aumento da complexidade da informação no mundo moderno, a par da evolução tecnológica e da globalização, torna-se fundamental reflectir e analisar o modo de otimizar a informação nos sistemas de identidade visual.

149. TALLER DE DECONSTRUCCIÓN DE PRENDAS

Lorena González [Universidad de Palermo - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

A partir del concepto de deconstrucción, proponemos aplicarlo a un trabajo conceptual en la indumentaria. Se trabajará sobre conceptos teóricos para entender las bases filosóficas de la deconstrucción pero luego se trabajará directamente sobre las prendas reales. Se recomienda a los asistentes llevar al taller elementos de costura, hojas de papel, tijeras, lápices y alguna prenda para desarmar.

150. VESTUARIO: DE LA INTENCIÓN A LA MATERIALIZACIÓN

Andrea Suárez y Gabriel Cabuli [Estudio Cabuli Suárez - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

La complementación entre diseñador y realizador en el proyecto de vestuario de espectáculos. Presentación de casos de diseño y su proceso de realización.

151. ASOCIATIVIDAD Y DISEÑO EN EL NOA

Alejandro Mario Elias Mariani y Sergio Alejandro Aramayo [Mariani MCV - Argentina]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Objetivos de la Asociatividad en la Región, logros y experiencias de trabajo desde el año 2003. Análisis de la situación actual del diseño en el noroeste de la República Argentina tanto en el ámbito profesional como en el ámbito educativo y presentación de casos de éxito locales.

152. CREAR UN SITIO WEB (COMPOSICIÓN, COLORES, USABILIDAD Y ESTÁNDARES)

Ricardo Castillo Miranda [RC Gráfica - Uruguay]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

La idea es contar cómo se aborda el diseño de un sitio Web, cómo aprender mirando otros sitios, ponerse en el lugar del usuario, definir una paleta de colores, hacer un estudio de usabilidad básica, contar lo que son los estándares. Ya sea Multimedia Flash o HTML. Todo está dictado por un proceso donde hay diferentes etapas y el cumplimiento

sabio de cada una de ellas hará que el resultado final de nuestro diseño Web sea agradable y tenga éxito.

153. DESARROLLO TÉCNICO DE COLECCIONES COMERCIALES DE MODA **CE**

Oscar Enrique Hernández Becerra [Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Metodología que permite mejores y mas rápidos resultados de los procesos de desarrollo, el uso adecuado de información de tendencias e informes de moda como elementos aplicables durante el desarrollo de colecciones, y una mejor y más adecuada planificación de producto, permitiendo la estandarización de componentes, agilizando no solo los procesos de desarrollo sino también el futuro proceso productivo, constituyéndose como una herramienta que centrada en el diseño le permite a las empresas generar diferenciación y aumentar su competitividad.

154. DISEÑAR CON COLORES. LÍMITES Y ALCANCES DEL RECURSO PARA EL DISEÑO DE INFORMACIÓN **CP**

Walter José Castañeda Marulanda [Universidad de Caldas - Colombia]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

A lo largo de la historia, los colores se han constituido en un elemento definitivo en la introducción de atributos visuales en las imágenes, su rol fue cuestionado por los puristas apegados al arte clásico y se convirtió en centro de candentes discusiones que alcanzan los tiempos actuales. El uso que le dio el arte europeo estuvo marcado por el apego a simbologías y asociaciones naturalistas que le cargaron de una fuerte herencia "cosmética" que hoy se traduce en esteticismo por el diseño. Las primeras décadas del siglo XX le dieron autonomía al estudio del color y lo direccionaron como signo visual al interior del mensaje en los procesos de diseño.

155. DISEÑO DE ESPACIOS COMERCIALES, UNA ALIADO EXITOSO **CE**

Carlos Mario González Osorio [Escuela de Diseño Arturo Tejada Cano - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

El éxito comercial de una tienda consta de 3 grandes constantes, el vitrinismo, el diseño arquitectónico y la comunicación. La gestación de una idea comercial comienza con estudios detallados del "quién" el "dónde" y el "cómo".

156. ¿EL CLIENTE SIEMPRE TIENE LA RAZÓN? **CE**

Emiliano Dorignac y Sebastián Horvath [Ideocentro - Argentina]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Apreciaciones entre la relación diseñador-cliente a la hora de la aprobación de proyectos de diseño. Gusto vs. función.

157. EL DIABLO ESTÁ EN LOS DETALLES. REDISEÑO DE REVISTA CARRUSEL **CE**

Juan Torneros [Casa Editorial El Tiempo - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

A través de la descripción de la vivencia profesional, se analiza el rediseño de la revista Carrusel (30 años). En 2007 se tomó la decisión de apuntar al target de lectores treintañeros, y se reenfocó el producto. Se observa el proceso de cambio de cabezote y sus antecedentes. En tipografía, se explica el contexto de las determinaciones formales y la implementación de los oficios tipográficos. La publicidad y la utilización de la fotografía de acuerdo a la experiencia y la ecuación dinero/tiempo. Se reflexiona sobre los recursos gráficos innovadores y característicos.

158. FORMACIÓN DE DISEÑADORES EN LOS TIEMPOS GLOBALIZADOS **CE**

Marcelo Quezada Moncada [Universidad de Chile - Chile]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

El mundo de la producción no sabe qué esperar de un diseñador profesional porque los diseñadores no se lo han enseñado. En muchos casos ni siquiera ellos saben cuál es su especificidad porque su formación ya no va a la par con el fenómeno de la globalización. La tesis que aquí se postula es una estrategia pedagógica basada en una visión triádica que introduce paulatinamente al estudiante ya no tanto al mundo de las cosas sino al mundo de las estrategias según los diferentes niveles de decisión que dan lugar a diferentes tipos de intervención.

159. FÚTBOL, IMAGEN Y ESPECTADOR **CE**

Marlen Andrea Melenje Argote y Rafael Enrique Sarmiento López [Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Investigación que, desde el diseño gráfico, aborda la gráfica popular y su relación con el fútbol colombiano. El diseño gráfico ayuda a construir las relaciones simbólicas que existen entre el fútbol y los hinchas. Con los resultados arrojados por esta investigación se logra evidenciar y resaltar el papel que juega la imagen y por ende el diseño en las manifestaciones culturales más importantes de nuestra sociedad como lo es el fútbol.

160. HISTORIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL: ¿PATRIMONIO INDUSTRIAL O PATRIMONIO CULTURAL? **CE**

Ibar Federico Anderson [Universidad Nacional de La Plata - Argentina]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Se discute la pertinencia de la Historia del Diseño Industrial para entrar dentro de la Teoría del Patrimonio Cultural en general y del Patrimonio Industrial en especial.

161. LA INFLUENCIA DEL DISEÑO EN LAS ARTES VISUALES **CE**

Alejandra Ferruccio y Ana Laura Cantera [Arte Tres Peces - Argentina]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

El panorama del diseño como fenómeno abierto y su relación e influencia en la historia de las artes visuales.

162. LOS ARQUETIPOS FEMENINOS EN EL BRANDING CONTEMPORÁNEO **CE**

Fabián Bautista Saucedo [CETYS Universidad - México]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Por mucho tiempo las marcas han construido el estereotipo de la feminidad; sin embargo esta imagen se aleja de los sentimientos profundos de las mujeres dedicándose simplemente a la banalidad. En contraste, la mujer contemporánea exige mucho más y sólo establece relaciones con aquellas marcas que profundizan y movilizan su lado emocional. Por ello algunas marcas han construido discursos sinceros que se sustentan en la riqueza de los arquetipos clásicos femeninos. A través de ellos es posible alejarse del lugar común y proyectar una imagen que apele a los sentimientos genuinos de la mujer.

163. MANEJO DE ESTEREOTIPOS Y PARADIGMAS EN EL DISEÑO DE IDENTIDAD CORPORATIVA **CE**

Máximo Marull, Danilo Bonanno, Alejandro Manavella y Hernán Rosas [Caféina Comunicación Insomne (Estudio de Diseño) - Argentina]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

El dilema de los Estudios de diseño y sus clientes/empresas familiares en Argentina. Los actuales conceptos del Branding y su aceptación por parte de las nuevas generaciones de empresas familiares de nuestra región. Análisis de los estereotipos y paradigmas dentro del diseño local, nacional e internacional.

164. UM DESIGN ORIGINAL: MITO, HISTÓRIA, LINGUAGEM **CP**

Lucia Acar [Universidade Estácio de Sá - Brasil]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Este trabalho busca refletir sobre a atividade do Design e suas origens, articulando questões míticas e históricas, onde relacionan-se muitas linguagens. Aponta para o sentido de originalidade e não para origem, começo início, mas sim um tempo mítico, circular, onde explodem eventos e onde tudo se conecta. Um design novo e original, por ter origem.

165. CÓMO VENDER UN SERVICIO INTANGIBLE COMO EL DISEÑO **T**

Jorge Joaquin Silva [JS CONSULTORES - Argentina]
14:00 hs. | Mario Bravo 1050

Desarrollo de herramientas de la venta especialmente requerida para servicios intangibles como el diseño. Especificación, desarrollo y práctica de determinadas herramientas que permiten facilitar tanto la percepción como la persuasión. Desarrollar técnicas de fidelización que permitan incrementar la confianza en el servicio que se ofrece para la venta.

166. CONVIVENCIA ENTRE LO FÍLMICO Y LO DIGITAL **T**

Braulio Pérez Marti [Banana Films - Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Explorar y comparar los formatos, para entender cómo conviven y augurar sus usos en el presente y futuro. Desmitificar la contienda "lo fílmico vs. lo digital" para entender sus potenciales de uso y combinación.

167. DISEÑAR INDUMENTARIA CON MATERIALES NO CONVENCIONALES **T**

Eugenia Aryan [Argentina]
14:00 hs. | Mario Bravo 1050

Implicancia y rol que cumple la materialidad en el diseño de un objeto vestimentario. Herramientas destinadas a ampliar las capacidades creativas del diseñador o del estudiante de Diseño que surjan del reconocimiento y la sensorialidad del material plástico como factor disparador hacia el planteo de un diseño de objeto indumento.

168. GUIÓN FOTOGRÁFICO **T**

Ximena Roux [Universidad de Palermo - Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Una de las mejores herramientas que nos ayudan a organizar esta desordenada avidez observacional y fotográfica es el "Guión Fotográfico". Este es adaptable a cualquier tipo de trabajo con imágenes. El que fotografía debe saber cómo hacerlo y para ello debe organizarse.

169. LA ESCENOGRAFÍA COMO ARTE Y SUS APLICACIONES **T**

Anahí Gentile [Argentina]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Más allá de la función de la escenografía en el marco de una producción de espectáculos, se encuentra el arte como forma de expresión en el diseño espacial.

Agenda completa de actividades académicas

170. NATURALEZA E INTERPRETACIONES MORFOLÓGICAS: MODELO DE BÚSQUEDA NATURAL

Ever Patiño [COMFAMA - Colombia]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

El taller está relacionado con la conferencia "Hacia una teoría morfológica" en donde se mostraron los resultados de la investigación "Generación y transformación de la forma". En este caso se realizará un ejercicio teórico práctico en donde se apliquen los principios de crecimiento natural encontrados en la investigación, que se pueden utilizar en la formalización del proyecto de diseño, estos son: principios de generación, transformación, de funcionamiento estructural, y de funcionamiento visual.

171. ORGANICIDADE - APROFUNDANDO O DESIGN DE SUPERFÍCIE

Vicente Pessôa [Atelier Soalheiro - Brasil]
14.00 hs. | Mario Bravo 1050

A oficina é constituída por três momentos interligados: inicialmente explanação e discussão sobre o modo como o design de superfície vem sendo trabalhado em diferentes instâncias: azulejaria, produção industrial, artes plásticas, etc. Em seguida, temos o momento de produção de trabalhos pelos participantes, os quais devem estar relacionados ao tema discutido, sendo também uma re-interpretação do mesmo. Como fechamento, breve momento de reflexão e discussão do material produzido.

172. PENSAMIENTO LATERAL CREATIVO PARA EL DISEÑADOR

Roberto Céspedes [Universidad de Aquino Bolivia - Bolivia]
14:00 hs. | Mario Bravo 1050

Principios y efectos que tiene el pensamiento lateral en el cerebro humano, logrando llevar la creatividad a un nivel superior. Desarrollando ideas, creando conceptos, inventando productos, diseñando la vida misma como resultado de un proceso de pensamiento diferente. Se recomienda a los asistentes llevar al taller: hojas de papel bond (formato A4) y marcadores, crayones o algo para escribir de preferencia de color.

173. TALLER DE CALIGRAFÍA (DEMOSTRACIONES)

Silvia Cordero Vega [CaligrafiAR - Argentina]
14.30 hs. | Jean Jaurès 932

Mostrar diferentes herramientas y sus posibles usos. La duración es de 3 horas.

174. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Leonardo Garabieta [Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Los elementos teórico-prácticos necesarios para manejar el concepto de Comunicación Estratégica, entendiendo por tal, un excelente vínculo en la relación emisor-receptor, analizado desde los puntos de vista tanto biológicos, psicológicos como del contexto cultural donde la relación comunicacional se desarrolla.

175. DISEÑO DE ESPACIO ESCÉNICO, ILUMINACIÓN Y PRODUCCIÓN CON UTILIZACIÓN DE HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS

Héctor Manuel Calmet [Complejo Teatral de Buenos Aires - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

El armado, ideación, producción y presentación de me-gaeventos escenográficos y espectáculos teatrales en diferentes espacios-convencionales y no convencionales. La complejidad de los lenguajes escénicos contemporáneos

establece la necesidad de profesionales especializados en trasladar a ambientes y formas los conceptos dramáticos. Se recomienda a los asistentes tener conocimientos de Autocad - 3D Studio - Photoshop

176. DISEÑO INTEGRAL: VISIÓN Y MISIÓN DEL DISEÑADOR MADE IN SUDACA

Rodolfo Coronado Recabal [Universidad Central - Chile]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

El diseñador es un elemento protagonista de la evolución estética, social y cultural, contextualizado al escenario geográfico y laboral en el cual está inmerso. El diseño latinoamericano requiere de un profesional con la visión y herramientas para responder de manera integral a las solicitudes reales y particulares. Con una visión amplia, versátil y despojada de encasillamientos, para otorgar las mayores y mejores prestaciones de diseño bajo la idea de un diseñador multipropósito.

177. FILOSOFÍA DEL MARKETING Y LA PUBLICIDAD

Héctor Eduardo Glos [M & CE Mercado y Comunicación Estratégica - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

El mundo del marketing y la publicidad está impregnado de prejuicios, mitos y fantasías. Introducirnos en los conceptos claves y genuinos nos permitirá desarrollarnos con mas éxito en nuestra profesión. Introducción al origen de las actividades relacionadas a la empresa. La necesaria inclusión del marketing, la publicidad, el diseño y los medios. Variables del Marketing. Evolución y sus diferentes enfoques. Comunicaciones de Marketing.

178. LO QUE TRAEMOS

Jhon Alexander Diez Marulanda [Fundación Universitaria del Área Andina - Colombia]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Lo que traemos busca indagar sobre dos materiales que circulan por nuestras casas, trabajos, autobuses y lugares cotidianos: la gráfica escondida y portátil que siempre llevamos con nosotros en nuestros bolsillos, maletas, billeteras y demás; y sobre la gráfica gratuita que está al alcance de nuestras manos y expuesta en cualquier lugar.

179. PLANES REGIONALES DE COMUNICACIÓN

Paola Lattuada [Facultad de Diseño y Comunicación - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

El desafío que implica la gestión de planes de comunicación en escenarios regionales, en este caso, LAC (Latinoamerica y El Caribe).

180. TABORDA

Felipe Taborda [Brasil]
15 a 17 hs. | Jean Jaurès 932

181. A INVISIBILIDADE FEMININA NO DESIGN - DA BAUHAUS AO BRASIL

Ana Beatriz Pereira de Andrade y Ana Maria Rebello [Projeto Visual Comunicação Ltda - Brasil]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Há poucos registros da produção das mulheres em Design. Em revisão histórica, percebe-se, desde a Bauhaus, escola que define o conceito de Design e inova quanto a acolher mulheres no corpo discente, até o Brasil, onde surge a primeira escola de Design da América Latina, são raros registros bibliográficos e mesmo os de produção referentes a presenças femininas marcantes. O que dizer então

de tempos anteriores? Que notícias temos? A conferência tem por objetivo refletir e ressaltar a relevância de serem empreendidas pesquisas sobre as contribuições femininas especialmente no âmbito do Design no Brasil e da América Latina, sem ter, no entanto, pretensão de dar conta de universo tão extenso.

182. CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO: CASO LA USINA

Adrián Candelmi y Beatriz Pellizari [Universidad de Palermo - Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Presentación de las campañas de La Usina, los concursos y los futuros planes de comunicación.

183. COMPLEJIDAD Y DISEÑO DE PRODUCTOS

Alexander Pulido [Creaxion Integral - Ecuador]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050

Este tema de investigación surge de un reto pedagógico y ejercicio profesional en el cual se sugiere una estrategia de diseño de productos a partir de la teoría de la complejidad, morfogénesis del objeto y ecopraxis fundamentada esta última en el ecodiseño desde el ámbito social más que del productivo. En este trabajo se muestra entonces un proceso investigativo complejo, que permita al diseñador incorporarse en procesos de diseño no solamente creativo, estético sino proyectivo, comprometido con el usuario, de exigencias cada vez mayores, inmerso en una cultura material altamente compleja.

184. DISEÑO DE JEANERÍA PARA EL 2019

María Cecilia Salvato [Golden Jeans SA - Argentina]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

Concepto de la marca Stone. Cuál es la importancia del jean para Stone. Presentación y objetivos del concurso "Diseño de jeanería para el 2019".

185. DISEÑO, INDUSTRIA Y MODA

Raúl Alberto Duarte Gómez [Escuela Colombiana de Carreras Industriales - Colombia]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Análisis del proceso interactivo del diseño, la administración del proceso y la producción de una empresa generadora de moda.

186. EL OBJETO ESTÉTICO ARTESANAL

Carmen Adriana Pérez Cardona [Universidad Católica Popular del Risaralda - Colombia]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

La artesanía, como característica regional, genera procesos culturales que dan soporte a la memoria transmisible, lo cual posibilita la construcción de gramáticas en el dominio de la técnica y manipulación del material. Se realiza el análisis y la caracterización del oficio artesanal talla en madera en Risaralda para conocer cuáles tradiciones han permanecido en el tiempo, cómo evolucionan, cómo se transmiten y qué desarrollos estético culturales generan. Entonces los objetos artesanales poseen y adquieren significado, se explica por las formas que asumen, siendo el ser humano a través de actos, el que determina su forma, su uso y su estética.

187. KLOKETEN

Alejandra Sepulveda y Cristian Pinto [Duoc UC - Chile]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Estudio e interpretación del lenguaje visual de la cultura patagónica selknam y cómo influye vincular estos elementos originarios en la gráfica actual.



Conferencia de
Invitado de Honor



Conferencia (para
todos los inscriptos)



Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)



Talleres para todos
los inscriptos



Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

188. LA IMPORTANCIA DE LA ENSEÑANZA DEL DIBUJO EN EL DESARROLLO COGNITIVO CREATIVO DEL DISEÑADOR CONTEMPORÁNEO

Egda Ruby García Valencia [Fundación Universitaria Bellas Artes - Colombia]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Relaciones o articulaciones encontradas en los talleres bajo la experiencia investigación-creación trabajada en los procesos de enseñanza y aprendizaje del área técnica y de expresión donde se encuentran los talleres de Dibujo que hacen parte del programa de Diseño Visual de la Fundación Universitaria Bellas Artes.

189. MANUAL DE SUPERVIVENCIA DE UN DISEÑADOR. CÓMO CREAR DESPACHOS INDEPENDIENTES

Gustavo Borboa Parra [Arteymedia - México]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050

Desarrollo de ejemplos vivenciales, curiosas anécdotas y divertidas historias sobre una forma de crear un despacho o estudio de diseño exitoso y mantenerlo vigente sin morir en el intento. Ventajas y desventajas, formas de adaptación a la cultura latinoamericana, la constante lucha entre competidores. Tips y sugerencias para no desaparecer entre el infinito mar de medios, agencias competidoras y clientes implacables.

190. PRODUCCIÓN CREATIVA EN EL DISEÑO DE UN FILM DE ENTRETENIMIENTO

Alex Lossada Segura, Roxana Albarracín y Néstor Borroni [Akasha Group Productores Creativos - Argentina]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Un producto cinematográfico de entretenimiento exitoso, es aquel que equilibra calidad y potencial comercial al mismo tiempo. Para lograrlo, es fundamental la figura del productor que se involucra en todas las fases del desarrollo y creación: el Productor Creativo. La finalidad principal de esta Conferencia es detectar la importancia de la Producción Creativa como herramienta fundamental para la gestación de un proyecto cinematográfico de estas características; ofreciendo a los participantes los conceptos y herramientas necesarios para mejorar la formación práctica y profesional.

191. PROFESIONALIZACIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO

Claudio Ruiz Velasco Rivera Melo [Gvisual - México]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932

El quehacer del diseño gráfico se ve envuelto en algunos problemas sociales que no permiten mostrar ante el campo profesional una imagen 100% profesional. Con estas reflexiones se busca mejorar la gestión del diseño y profesionalizar la actividad.

192. ¿QUÉ DEBO SABER ANTES DE HACER MI WEB?

Ángeles Behotegui [www.disenioclub.com.ar - Argentina]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050

Los principios básicos que debe saber cada persona interesado en tener un sitio web. Dominios, servidores, pasos del proceso, tamaños, proveedores, estructuras, diseño, bocetos, contenido, armado, testeo online, lanzamiento y buscadores.

193. REDISEÑO DE LA LIBRETA SANITARIA MATERNOINFANTIL BONAERENSE

María Eva Ormazabal [Universidad Nacional del Centro de la Pcia Bs As - Argentina]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Los resultados de un proyecto de Rediseño de la Libreta Sanitaria Materno Infantil Bonaerense (pieza gráfica que emite el Ministerio de Salud de la Pcia. Bs. As.) que se generó desde un espacio institucional educativo a partir del contenido curricular "Diseño de Información para la Administración".

194. SITIOS WEB PARA DISEÑADORES

Ariel Bruschini, Diego Dalairac y Damian Longo [Estudio Saltamonte - Argentina]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Los pasos reales que se siguen a la hora de plantear un sitio web para un cliente.

195. UNA LIBRERÍA CON CUERPO Y ALMA: ANÁLISIS DEL CASO HIPERIÓN

María Eugenia Alonso [Magyco Diseño y Comunicación - Argentina]

15.30 hs. | Mario Bravo 1050

Hiperión & Cia. Libros es una empresa de 6 años de antigüedad que junto a otras dos propuestas comerciales en el rubro constituyen la totalidad de librerías de la provincia Santiago del Estero, funcionó dedicada a la venta indistinta de textos literarios y escolares hasta el 2006 donde se separan los negocios. Arquitectos, comunicadores y diseñadores trabajaron con la premisa de crear un espacio de inclusión donde el placer de la lectura se viera reflejado y la ruptura con la cotidianidad que este placer implica tuviera correlato con la estructura y estética del lugar.

196. UNA MANERA DISTINTA AL HABLAR DE IDENTIDAD

Rafael Vivanco y Rita Vidal [Universidad San Ignacio de Loyola - Perú]

15.30 hs. | Jean Jaurès 932

¿Qué es identidad? Esta pregunta tiene muchas respuestas porque depende de qué entendamos nosotros por Identidad. En el Perú viene sucediendo un fenómeno maravilloso que implica el reconocimiento de nuestra cultura, aceptándola, identificándonos, haciéndonos partícipes de ella. Desarrollando características propias que nos permitan ser diferentes, particulares, únicos, originales y sobre todo y lo más importante ser locales para desde allí ejercer una comunicación multicultural para enfrentar las exigencias de la comunicación global de hoy en día.

197. BRANDING PERSONAL PARA DISEÑADORES

Natalia Delgado [CETYS Universidad - México]

17.00 hs. | Mario Bravo 1050

En diseño no siempre gana el que sabe más o trabaja más sino el que sabe venderse mejor. Se ha descubierto que el branding es una de las estrategias más efectivas y poderosas para sobresalir frente a la competencia. Recientemente ha surgido una nueva tendencia llamada Branding Personal, que consiste en controlar e influenciar la forma en que eres percibido por los demás. Esta conferencia presentará los principales componentes de esta estrategia y cómo pueden ser utilizados por el diseñador.

198. COCO CHANEL: UNA DIOSA DEL DISEÑO

Blanca Santos [Argentina]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Gabrielle Bonheur Chanel, más conocida como Coco Chanel, fue la más grande Diseñadora de Modas del Siglo XX. Su espíritu innovador la llevó a crear perfumes, alhajas y otros accesorios de la moda que siguen siendo los preferidos por miles y miles de mujeres del mundo entero aún en el Siglo XXI.

199. CODENAME: SOCIAL MAGNETISM

Lucas Gonzalo Flaque [IDStudio - Argentina]

17:00 hs. | Jean Jaurès 932

Presentación de una herramienta web de visualización gráfica de redes sociales gestada en noches de insomnio y brainstorming en el estudio.

200. CREATIVIDAD EN TODAS LAS ÁREAS

Mariano Leguizamón y Lautaro Varni [Oyster Group Comunicación - Argentina]

17.00 hs. | Mario Bravo 1050

La creatividad se puede aplicar en todo pero, ¿Cómo la bajo a tierra? Optimización del tiempo, ideas de base claras para arrancar. Distintas técnicas que nos ayudan a tener una buena idea.

201. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE 360°: COMUNICACIÓN AL ALCANCE DE PYMES

Jaime Alberto Orozco Toro [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

17.00 hs. | Mario Bravo 1050

Propuesta para que los participantes desarrollen una mezcla de comunicación ideal para una pequeña y mediana empresa sin la necesidad de recurrir a medios masivos de comunicación que no están a su alcance.

202. DISEÑO PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL: NUEVA MIRADA A LA DISCAPACIDAD

Gustavo Adolfo Sevilla Cadavid [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

El diseño de una silla de ruedas de bajo costo que se adapte de manera precisa a las dimensiones de cualquier usuario, es un reto que solo puede alcanzarse a partir de un proceso de diseño centrado en el usuario (DCU). Con el DCU y una serie de estrategias metodológicas y productivas como la reutilización y recontextualización de materias primas, la auto-construcción y los procesos de manufactura de baja tecnología, se logró desarrollar un prototipo que cumple con todos los requerimientos técnico-funcionales y se adapta física, social, cultural y económicamente a las necesidades de usuarios en situación de discapacidad.

203. EL MODELO DE FORMACIÓN EN DISEÑO DE UNIVERSIDAD PLAN 2007

Susana Rodríguez Gutiérrez [Universidad Xochicacalco - México]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Ante un contexto social y económico como nos plantea la realidad actual en países subdesarrollados como los de América Latina, donde la formación de los diseñadores ha sido provista de absoluta competitividad solo en el sector comercial y productivo, sobresale la necesidad de replantearse hacia dónde debemos encaminar la formación de los diseñadores en la nueva era. En donde el diseñador sea un agente de cambio e impulse la economía interna, atienda sectores menos competidos y poco atendidos, autogestionando sus recursos, tecnologías, competencias y promoviendo la autogestión de las comunidades. Bajo esta visión se desarrolló el "El modelo de formación en diseño de Universidad Xochicacalco, Plan 2004, un ejemplo de formación en responsabilidad social".

204. EL PASADO, PRESENTE Y FUTURO DEL DISEÑO EN VENEZUELA

Amarilis Elías [Universidad del Zulia - Venezuela]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Invitación a motivar la investigación de la historia del diseño. Informar sobre los diseñadores pioneros y los actualmente

Agenda completa de actividades académicas

mas relevantes del diseño venezolano. El potencial venezolano que gira en torno al diseño, creciendo cada día el número de profesionales de la disciplina que se destacan con sus propuestas fuera de nuestras fronteras.

205. EN BÚSQUEDA DEL CONFORT

Silvia Barretto [Universidad de Buenos Aires - Argentina]

17.00 hs. | Mario Bravo 1050

CE

Los aspectos biomecánicos, térmicos y emocionales que influyen en la percepción del confort presentan un desafío para el diseño. Conocerlos es el punto de partida para entender las respuestas de los usuarios al interactuar con los productos.

206. LA METÁFORA DEL TEATRO EN LA EMPRESA: ESPACIOS A

Sol Levinton y Natalia Bindenmaister [Espacios A - Argentina]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Herramientas de actuación orientadas a trabajar problemáticas empresariales. Un espacio en el cual el espíritu creativo se pone en acción, combinando lo teórico con lo emocional y posibilitando que el aprendizaje vaya a través del propio cuerpo.

207. MARCAS QUE QUEDAN IMPRESAS EN EL CORAZÓN (ACTIVIDAD CANCELADA)

Juan David Londoño Gómez [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Cinco elementos que son, hoy en día, determinantes para la construcción efectiva de marcas en el contexto de los cambios que suceden en el mercado.

208. NEOBARROCO COMO ESTRATEGIA PROYECTUAL

Marianela Camacho Fuenmayor [Facultad de Arquitectura y Diseño (LUZ) - Venezuela]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

A partir de una reflexión crítica-reflexiva sobre la Era Neobarroca escrita por Omar Calabrese, se estudia la forma como estructura subyacente común a diferentes ámbitos del conjunto de la cultura. Así, entendiendo el "barroco" no tanto como un periodo específico de la historia, sino como una actitud y una cualidad formal de los objetos que lo expresan, se estudia el concepto de "clásico" y "barroco" como categorías formales. Se propone entonces, una estrategia proyectual que plantea ir más allá del diagnóstico de la cultura que hace Calabrese para designar un programa de actuación, de producción de discursos.

209. UMA EXPERIÊNCIA ACADÊMICA EM DESIGN AUTOMOTIVO

Róber Dias Botelho y Jairo José Drummond Câmara [Universidade do Estado de Minas Gerais - Brasil]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Em pouco mais de cem anos pode-se dizer que o jeito de criar, desenvolver e produzir carros mudou tanto que fez com que o produto carro pareça desassociado dos primeiros conceitos. Desde o surgimento do primeiro carro-conceito, infundáveis funções e variáveis foram agregadas, tornando estes produtos, vedetes experimentais da dinâmica e complexa indústria automotiva. Visto os carros-conceito como laboratórios, questiona-se: como preparar novos conhecedores para atuar no concorrido seguimento automotivo? Esta conferência consiste em apresentar das experiências realizadas por um Centro de Pesquisa na tentativa de aproximar os futuros profissionais à indústria automotiva.

210. WEB, FLYERS Y NEWSLETTERS: LO QUE HAY QUE SABER

Pablo Meites [Argentina]

17.00 hs. | Mario Bravo 1050

CE

Un paso más allá en el marketing digital actual. Cómo posicionar una web en los principales buscadores, cómo generar piezas gráficas de promoción (e-flyers) y gacetas digitales (newsletters) efectivos, dinámicos y atractivos.

211. YENDO DE LA CAMA A LA MESA

Roberto Sablayrolles [Tasty Concepts - Estados Unidos]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Mostrar al diseño gráfico como el ícono detrás de la transformación de espacios de entretenimiento convirtiéndolos en experiencias sensoriales espaciales.

212. EL DISEÑO COMO NEGOCIO

Jorge Piazza [RedArgenta - Argentina]

18.00 hs. | Jean Jaurès 932

S

Concientización de la necesidad de aplicar herramientas de gestión y estrategias concretas en los estudios de diseño. Temática general: Gestión en el diseño. La duración es de 3 horas.

213. TRES ENCUENTROS CON NORBERTO CHAVES

Norberto Chaves [I+C Consultores - Argentina]

18 a 20 hs. | Jean Jaurès 932

I

Coloquio abierto sobre el diseño y algún otro tema interesante.

214. UNIVERSAL SENSE SEARCHER, METODOLOGÍA DEL TRENDS SEARCHER Y EL COOLHUNTER

Gustavo Lento Navarro [Universidad de Palermo - Argentina]

18.00 hs. | Jean Jaurès 932

S

Describir la metodología Universal Sense Searcher. Explicar el método de observación de las tendencias. Analizar el fenómeno de las tendencias. Identificar las fases de una tendencia. Distinguir los diferentes operadores de una tendencia. La duración es de 3 horas.

215. ARQUETIPOS URBANOS

Carmen Virginia Grisolfá Cardona [Universidad de Los Andes - Venezuela]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

CE

Entendiendo las ciudades como objetos de conocimiento interdisciplinar y, a partir de la revisión de categorías de percepción ciudadana y del estudio de los factores que modelan la identidad de la ciudad de Mérida, Venezuela, se pretende diseñar y construir un código visual alternativo de la identidad urbana de dicha ciudad, el cual será aplicado en la concepción y desarrollo de una propuesta visual y plástica a partir de los arquetipos del tarot, y basados en la teoría del inconsciente colectivo de C. G. Jung y sus relaciones con el estudio de los imaginarios urbanos planteado por Amando Silva.

216. CAPACITACIÓN DE ACRÍLICOS. DÍA 1

Fernando Descotte [D+ - Argentina]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

T

Introducción al mundo del acrílico y sus posibilidades. En un contexto global donde este material es protagonista, Paolini SAIC lanza su área Innova para fomentar el buen uso del material y desarrollo de nuevas variantes del material.

217. COM ATITUDE E CATIGORIA. DESIGN, PROSTITUIÇÃO E DST/AIDS

Ana Beatriz Pereira de Andrade [Projeto Visual Comunicação Ltda - Brasil]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CP

Trata-se de uma tese de doutoramento em desenvolvimento, cujo objeto de estudo é a DASPU. É uma grife, reconhecida no Brasil e internacionalmente, fundada em 2005, vinculada à ONG DAVIDA que se ocupa de questões relacionadas com Prostituição, Direitos Civis e DST/AIDS. A proposta para a conferência é a de abordar os quatro anos de existência da marca, considerados como quatro movimentos. Os pressupostos teóricos e metodológicos partem de Bruno Latour - sociólogo francês. A ênfase está na interdisciplinaridade entre design, moda e psicologia social. A prática da observação participante, adotada ao longo da pesquisa, propicia intervenções com objetivos relacionados à responsabilidade social.

218. CÓMO HACER DISEÑO GRÁFICO EFICIENTE EN VÍA PÚBLICA

Omar Tiraboschi [Universidad Austral, Buenos Aires - Argentina]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Análisis de las condiciones que ofrece el medio para que los mensajes sean percibidos y entendidos como se pretende. Las condiciones de lectura de las diferentes situaciones en que el público está expuesto a ese tipo de comunicación. Ejemplos de piezas que escapan a estos requerimientos y recomendaciones sobre cómo evitar los problemas que allí se presentan. Metodología de análisis de lo creado y diseñado para determinar su eficiencia.

219. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y EL DISEÑO DE MUNDOS

Daniel Scheinsohn [Comunicación Estratégica - Argentina]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Una perspectiva revolucionaria acerca de la estrategia. Se la propone como una interdisciplina perteneciente al ámbito del diseño, más específicamente del "diseño de mundos", en donde la comunicación es el emergente operacional privilegiado. Este planteamiento abre enormes desafíos que imponen revisar supuestos y trabajar sobre los modelos mentales de los profesionales involucrados.

220. CRISIS, OBSERVACIONES Y DESAFÍOS DE LA MARCA

Martín Gorricho [Gorricho. Diseño. - Argentina]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Tanto en la academia como en la práctica profesional se pueden encontrar muchas definiciones y preconceptos, profundamente arraigados, respecto de la marca. La propuesta es repasar algunas de estas ideas tan instaladas y analizar hasta qué punto se corresponden con la realidad. Poner en crisis lo que pensamos de la marca.

221. CUANDO LA CLAVE NO ES VENDER SINO RELACIONARSE RENTABLEMENTE

Marcela Sinisgalli [Marcela Sinisgalli y Asoc. - Argentina]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

CP

Consignas claves para superar uno de los principales desafíos del marketing y la comunicación: construir relaciones duraderas y rentables con los clientes. Este paradigma es crucial para sobrevivir en este nuevo escenario competitivo, estableciendo vínculos con clientes que observan comportamientos absolutamente disímiles y difíciles de rastrear. Se propone como modelo una organización centrada en el cliente, capaz

I Conferencia de
Invitado de Honor

CE Conferencia (para
todos los inscriptos)

CP Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)

T Talleres para todos
los inscriptos

S Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

de alinear sus procesos, tecnologías y recursos en pos de lograr el bien máspreciado: la fidelidad de sus clientes.

222. DISEÑO DE MODA MASCULINA: NUEVAS IMÁGENES, NUEVOS ACTORES

Adair Marques Filho [UEG/GO e IESB/DF - Brasil]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Las transformaciones ocurridas en los conceptos de la masculinidad y los reflejos en las imágenes del hombre contemporáneo en nuestra sociedad, a través de periódicos y registros fotográficos. Los aspectos de construcción del género, del cuerpo y del vestuario del hombre en nuestros días, enfatizando el surgimiento del nuevo hombre, con nuevas demandas y comportamiento distintos.

223. EL JUEGO TEATRAL: UN DISEÑO INTEGRADOR

Claudia Kricun y Dardo Dozo [Universidad de Palermo - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Diseño de un Espacio / Tiempo de Ficción donde el Juego Teatral funciona como motor del vínculo y del crecimiento en un grupo donde los códigos en común de sus integrantes construyan una atmósfera de confianza y respeto que posibilite el fluir de la imaginación, donde se integrará el proceso individual con el grupal en una permanente interacción.

224. ENERGÍA Y DISEÑO

Maximiliano Zito [Elo Touch Systems Argentina - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Se analizará el concepto de la energía y medioambiente con su importancia para el mundo industrial y la relación con la profesión. Se pretende generar una conciencia en los diseñadores para replantear sus metodologías de trabajo, de forma de acentuar propuestas innovadoras en cuanto al uso eficiente y racional de la energía a lo largo de todo el ciclo de vida de los productos.

225. EXPERIMENTACIÓN Y CREATIVIDAD

Eugenia Descalzo y Mariana Jasovich [Universidad de Palermo - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Abordar y ampliar las posibilidades perceptivas y expresivas, alejando los modelos estructurados y rígidos aprehendidos e internalizados desde nuestra infancia, tomando el juego y la libre experimentación como punto de partida. Creación de un espacio donde se alejen temores, prejuicios y plantee la representación desde una perspectiva contemporánea. Materiales sugeridos para que lleven los asistentes al taller: Hojas de diferentes tamaños, grano y color, papel de calcar, cinta de enmascarar, 2,50 m. de alambre galvanizado maleable, pinzas para cortar y modelar alambre, lápices de dibujo (HB, 2B, 4B, 6B), lápices de colores, sacapuntas, lapiceras o microfibras.

226. ILUMINACIÓN DE INTERIORES: LA LUZ COMO CREADORA DE ESPACIOS

Mauricio Rinaldi [Teatro Colón de Buenos Aires - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

La luz es lo que nos permite percibir el espacio. De ahí que la composición de un espacio es la aplicación de la luz sobre él. En este taller se expondrán los conceptos generales para el diseño de espacio a partir de la luz. Se considerará para ello el carácter estético de la luz y los conceptos que permiten pensar la luz como arte.

227. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICADA A LA PUBLICIDAD

Olga Bibiana Tibaduisa León [Círculo de la Creatividad - Colombia]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Se determinará la importancia de la investigación de mercados aplicada al mundo del mercadeo, sus diferentes fases, clases y aplicaciones. Además se generará una dependencia al mundo del diseño gráfico, ya que este proceso investigativo determina comportamientos del consumidor determinantes al momento de generar ideas creativas.

228. LA SOCIEDAD, EL DISEÑO, Y LOS DISEÑADORES

Carlos Sebastián Ibarrola Aguero [Comunicá! Diseño / Comunicación / Cratividad - Paraguay]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Las actitudes del diseñador –como objeto social– a la hora de encarar un proyecto socialmente aceptable o no. Desmenuza los filtros naturales que posee el profesional como parte de la sociedad y recorre los principios diferenciales de su profesión y cómo actúan en una solución de diseño. Intenta demostrar que a partir del trato intelectual de los contextos que intervienen en un problema de diseño, las características básicas de un producto de comunicación toman otras dimensiones más profundas.

229. LOS EAMES, UN MATRIMONIO DE DISEÑO

Javier Bernardo y Jimena Celis [Bernardo + Celis - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Una mirada personal sobre la pareja-equipo de diseño más relevante del siglo XX: Charles y Ray Eames. Minimalismo, funcionalidad, y economía son los ejes que atraviesan los desarrollos de esta dupla, en áreas tan diversas como la arquitectura, el diseño industrial, gráfico y textil, la fotografía y filmografía, y las exposiciones interactivas.

230. MODA E HISTÓRIA: DESAFIOS DE NOVOS OBJETOS NA CONTEMPORANEIDADE

Daniela Novelli y Mara Rúbia Sant'Anna [Universidade do Estado de Santa Catrina - Brasil]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Conceituar moda e relacioná-la à história; identificar os principais marcos da história do vestuário no Ocidente e os principais historiadores do vestuário; analisar as concepções de W. Benjamin, E. Hobsbawn, M. Featherstone, M. Maffesoli, e G. Lipovetsky relacionadas à pesquisa em história da moda; compreender a imagem e o artefato material como objetos de investigação histórica.

231. PRIMEROS PASOS PARA ESCRIBIR UN GUION AUDIOVISUAL DE FICCIÓN

Alberto Harari [Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Las distintas etapas que pueden recorrerse para escribir un guión audiovisual, descubrir diversas fuentes de las que puede surgir una idea, conocer los diferentes tipos de conflicto de un personaje y elaborar una buena storyline que sintetice la historia que se quiere contar. Para la escritura y diseño de guiones audiovisuales ficcionales es menester el uso de la creatividad al servicio de la historia que se quiere narrar.

232. PROGRAMACIÓN WEB PARA DISEÑADORES

Wenceslao Zavala [Universidad de Palermo - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Cada vez más los diseñadores web necesitan en algún momento hacer algo de programación. Como buena regla del diseño y el desarrollo web, se sabe que, en líneas generales, el programador no sabe diseñar y el diseñador no sabe programar. Es el sentido de esta charla orientar y explicar las reglas básicas de la lógica y la programación. Tiene como objetivo también el explicar el uso de algunas herramientas para crear sitios dinámicos sin necesidad de ser programador.

233. RELATO DE UNA EXPERIENCIA EUROPEA

Eleonora Contino [Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Relato de la experiencia profesional en las siguientes marcas europeas de indumentaria y/o textil: Alberta Ferretti - Moschino - Jean Paul Gautier - Miss Sixty - Pollini-Narciso Rodriguez - Velmear - La Perla-Gentucca Bini - E&Boselli (Textil) - Eurosi (Textil) - Estudio De Diseño Rosaria Rattin.

234. RETOQUE FOTOGRÁFICO DE PERSONAS CON PHOTOSHOP®

Marcelo Monzón [Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

En el mundo de la moda y la publicidad, el uso de Adobe Photoshop es hoy una constante. Sin embargo existen algunos trucos muy puntuales para lograr la imagen perfecta y no morir en el intento. Para aquellos fotógrafos, o diseñadores, que desean saber la manera más rápida y fácil de resolver, el programa nos brinda soluciones que se encuentran “escondidas” o bien no nos resultan del todo cercanas al momento de tratar una imagen. Al finalizar este Seminario habrás descubierto diferentes maneras de resolver problemas típicos al momento de retocar fotografías de personas.

235. TENDENCIAS DEL DISEÑO GRÁFICO CONTEMPORÁNEO

Samuel Pinilla Hurtado [IDEARTES - Colombia]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Las tendencias y movimientos más significativos desde la década de los noventa hasta nuestros días. Trabajo de investigación que se desarrolla en IDEARTES con el fin de percibir lo nuevo y lo que está por llegar en el diseño gráfico.

236. ¿QUÉ PASÓ CON LA HISTORIETA DESDE QUE DEJASTE DE LEERLA?

Martín García Garabal y Ariel Martínez Herrera [Editorial Nobuko - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

La evolución del género, las nuevas formas de contar y de editar historietas y comics. Su relación con el cine y la animación. Posibilidades y análisis sobre el mercado editorial y creativo.

237. BORGES, OTROS Y EL DISEÑO

César Sierra [Universidad Jorge Tadeo Lozano - Colombia]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Establecimiento de elementos comunes a la actividad narrativa literaria y narrativa. El distanciamiento y la proyección. Apuntes sobre dos textos de Borges y un cuento chino.

238. CÓDIGOS VESTIMENTARIOS DE LA CLASE OCIOSA EN EL CONTEXTO DE LOS SIMPSON

William Cruz Bermeo [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

La popular familia Simpson, nos permite hacer un acercamiento a la indumentaria y su valor simbólico, a su

Agenda completa de actividades académicas

de código y a las lecturas que sobrevienen ante la sola presencia material de éstos; la misma que ya había sido detectada en uno de los primeros textos escritos hacia el siglo XIX, en el cual se ponía de manifiesto al vestido como símbolo relacionado con el bienestar pecuniario de su portador. Con estos dos soportes, (Los Simpson - Thorstein Veblen) la charla explorará la relación existente entre ellos y los alcances de la célebre "Teoría de la Clase Ociosa" en el vestir contemporáneo.

239. DEL EMPRENDIMIENTO A LA EMPRESA

Pedro Reissig [Vacavaliente - Argentina]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

El desarrollo de Vacavaliente (Diseño en cuero) como caso de negocio, desde su etapa inicial de incubación, pasando por su lanzamiento como emprendimiento y hasta su consolidación como empresa. Se muestran indicadores de crecimiento y criterios generales para entender el proceso de desarrollo en cada una de las tres etapas.

240. DISEÑO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES INTEGRADAS DE MERCADEO

Jaime Alberto Orozco Toro [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

Las comunicaciones integradas de mercadeo hacen parte hoy de las estrategias que las empresas deben poner en marcha para generar espacios de interacción con los públicos objetivos, de manera que se puedan propiciar espacios de activación de marca, que a la vez le brinden más oportunidades de contacto con los diversos públicos objetivos de una manera estratégica.

241. DISEÑO IMPRESO

Silvia Sirkis [Sirkis Diseño - Argentina]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

Todo lo que debiste saber sobre impresión antes de iniciar tu proyecto pero no te animabas a preguntar.

242. EL ENCANTO DE LO FEO EN EL SPOT PUBLICITARIO

Ciro Palacios [Universidad de Lima - Perú]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

El spot publicitario posee una estética propia pero vinculada por herencia al arte, la literatura, la fotografía, el cine, de los que asimiló sus códigos comunicativos. Adquirió una gramática, un léxico y una estética propia; sin embargo, las conexiones mencionadas subsisten y explican la naturaleza ficticia de los personajes-tipo de los spots y la adopción de sus categorías estéticas para sus imágenes. Se considera que la cultura actual fomenta la atracción hacia las criaturas monstruosas o grotescas, denominadas freaks, y la publicidad recurre, a lo feo, lo grotesco y lo siniestro como efectiva estrategia persuasiva y seductora en sus imágenes. ¿Es que éstas poseen un encanto?

243. INTELIGENCIA EMOCIONAL APLICADA AL DISEÑO

Nicolás Javier Sarquis [Oxford Agencia de Publicidad - Argentina]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Dado que la inteligencia emocional es un conjunto de talentos o capacidades organizadas en cuatro dominios: capacidad para percibir las emociones de forma precisa, capacidad de aplicar las emociones para facilitar el pensamiento y el razonamiento, capacidad para comprender las propias emociones y las de los demás (empatía), capacidad para controlar las propias emociones, representa un aspecto de gran implicancia a lo largo de todo el proceso creativo

del diseñador y sobre todo en la interrelación personal con clientes, receptores del mensaje, o equipo de trabajo.

244. LA WEB SEMÁNTICA

Eric Tulle [EstadoDigital - Argentina]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

El lenguaje detrás de una página web, haciendo un repaso por su evolución desde el lenguaje html pasando por el xhtml hasta llegar a abordar la nueva tendencia de la web semántica. Su importancia a nivel de buscadores, accesibilidad y proyección a futuro.

245. MATERIALES E IDENTIDAD ESTRATÉGICA EN PRODUCTOS DE DISEÑO

Leandro Manuel Laurencena y Maximiliano Ezequiel Cifuni [Diseñaverl - Argentina]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

La conferencia se basa en la exposición del modelo de trabajo de la empresa. La empresa basa su estrategia de diseño en la utilización de materiales y tecnologías locales (básicamente disponibles en el territorio de la Argentina) y el desarrollo de productos de diseño industrial que basan su identidad en la utilización de estos materiales, de cara a mercados receptivos. La conferencia se basa en la exposición del caso JUGABLES, una línea de productos que hoy se comercializa exitosamente en EEUU y Europa.

246. NECESITO UN ILUSTRADOR

Marcelo Damián Otero [Ilustradores Argentinos - Argentina]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

El ilustrador es fundamental en el desarrollo de piezas de diseño en el que intervengan imágenes de cualquier tipo. Cuáles son las claves para comunicarse mejor y optimizar el flujo de trabajo con el ilustrador, logrando así marcar la diferencia en sus creaciones.

247. OS SUPER-HERÓIS E A FILOSOFIA DE JOSEPH CAMPBELL

Artur Lopes Filho [Brasil]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Com o auxílio da obra de Joseph Campbell: O herói de mil faces, o presente trabalho tem por objetivo estudar a imagem dos heróis das histórias em quadrinhos surgidos no período pré-guerra (Segunda Grande Guerra) –período esse conhecido como a "era de ouro"– submetendo suas ações e feitos heróicos ao crivo da análise filosófica, buscando encontrar nestes a figura do herói mitológico que carrega em si uma gama de valores morais e sócio-culturais bem definidos.

248. R.A.N.D. (RETROSPECTIVA Y ACTUALIDAD DEL NUEVO DENIM)

Ana Carolina Vitovich de Freitas [Alpargatas Textil S.A. - Argentina]
20.00 hs. | Mario Bravo 1050

Bases conceptuales del tejido denim. Tendencias y perspectiva actual del mercado. Cómo concebir una colección basada en las características de los tejidos denim.

249. REDISEÑO DE ENVASES PARA GRANDES MARCAS. ESPACIO GUTENBERG

Daniel Higa [Fundación Gutenberg - Argentina]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

La preparación del diseñador gráfico para diseñar envases. De las experiencias de taller a los casos reales: el rediseño para las grandes marcas. En un mundo cada vez más conectado, en el que tenemos acceso a productos de todo tipo, se hace cada vez más difícil diferenciarse y ganar visibilidad en la mente de los usuarios y consumidores. Por ello, el diseño

es un arma fundamental para poder lograr reconocimiento y aumentar valor de mercado.

250. SUSHI O DISEÑO...!?

Francisco Del Desposito S. M. [Universidad Tecnológica de Chile - Chile]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

El oficio del diseño desde una perspectiva experiencial, pero lúdica y amigable, abordando diversos temas de interés, en especial para estudiantes de la disciplina. Los cambios que se van sintiendo en el desarrollo del "oficio de diseñar" (como lo denomina Norberto Chaves).

251. TELARES PERUANOS Y TINTES NATURALES

Mencia Olivera Aramburu [Chio Lecca Fashion - Perú]
20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Exposición sobre el conocimiento histórico del artesano peruano sobre telares y tintes naturales.

JUEVES 31 DE JULIO: 127 ACTIVIDADES

252. ALMACÉN DE IDEAS CREATIVAS. WORKSHOP PUBLICITARIO - DÍA 3

Adrián Candelmi [Universidad de Palermo - Argentina]
10.00 a 12.30 hs. | Mario Bravo 1050

Latinoamérica se destaca en el mundo publicitario gracias a su creatividad. Apostando a lo nuevo, a los riesgos, a las vanguardias, a lo experimental, a los jóvenes talentos. Este taller está enfocado en los estudiantes asistentes al Evento Latinoamericano de Diseño 2008 que provengan del campo publicitario. Un entrenamiento creativo pensando en un futuro concreto y real en el departamento creativo de cualquier agencia de la región. Una forma de abrir puertas "con la cabeza". Un trabajo en equipo donde la mezcla de orígenes será la principal riqueza de las propuestas a presentar. Un slogan, una marca, un sello, una campaña, un grito de alerta, una suave canción: lo que las ideas produzcan una vez que entren en combustión.

253. APLICAÇÃO DO DFS (DESIGN PARA A SUSTENTABILIDADE) NO DESIGN GRÁFICO

Nelson Luis Smythe Jr. y Kelli Cristine Assis da Silva Smythe [AURUS - estúdio gráfico - Brasil]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Considerando o atual cenário mundial de necessária atenção às questões ambientais, apresentamos uma proposta de utilização dos critérios do Design para Sustentabilidade (DfS) em projetos de design gráfico, através da aplicação de diretrizes gerais e específicas dirigidas à projetos gráficos.

254. ARGENTINA 36

Roberto Occhipinti [Occhi - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Gira mundial para dar a conocer el Bicentenario de la Revolución de Mayo y mostrar una Argentina natural, diseño y tecnología. Este sistema estratégico en forma de evento consiste en la realización de una serie de acciones simultáneas, coordinadas en un mercado extranjero con una identidad visual y estética propia, con el objetivo de dar a conocer al país, con un nuevo concepto moderno, diferencial e innovador.

I Conferencia de
Invitado de Honor

CE Conferencia (para
todos los inscriptos)

CP Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)

T Talleres para todos
los inscriptos

S Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

255. BLOGS: HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN PARA PROFESIONALES DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Nancy Kulfas [Atípica - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Introducción a la web 2.0 y la importancia de los blogs como nuevos medios de expresión, constructores de comunidades y su aplicación en el campo del diseño y la comunicación.

256. CIRCUITO DE IMPRESIÓN Y ARMADO DE ORIGINALES DE ARTE

Adriana Meldini y Mariana Hombria [Contraste Creativo - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Introducción al proceso organizativo. Los diferentes roles dentro de una empresa. Circuitos de preparación y control de pre-impresión. Armado de originales de arte. Confección de un original.

257. COLORES PREDECIBLES EN LA PRODUCCIÓN GRÁFICA

Gabriel Pasarisa [Pasarisa Estudio - Uruguay]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

La comunicación visual en todas sus formas se sustenta en el color, como pieza clave del mensaje que queremos transmitir. Es importante que le demos al color el lugar que le corresponde a la hora de preparar nuestros proyectos y no dejar librado al azar el resultado final. Es importante crear una "cultura del color", que nos ayude a entender la importancia de estandarizar y controlar los procesos, desde el inicio al fin, y que nos permita obtener un color predecible en nuestros proyectos.

258. DESIGN E PATRIMÔNIO: REFLEXÃO SOBRE O PROCESSO DE PROJETAÇÃO DA INTERFACE GRÁFICA PARA MULTIMÍDIA INTERATIVO DO MERCADO ADOLPHO LISBOA EM MANAUS - AMAZONAS

Erisvaldo Pereira da Costa | Alexandre Santos de Oliveira [Instituto de Ensino Superior Fucapi - CESF - Brasil]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

O presente trabalho tem como objetivo discutir as questões projetuais envolvendo o desenvolvimento de uma interface gráfica para o multimídia interativo do Mercado Adolpho Lisboa em Manaus-Amazonas, à partir da metodologia projetual proposta por Baxter (1998) e do Guia Básico de Educação Patrimonial (HORTA, 1999). O trabalho objetivou o desenvolvimento de uma interface que agregasse valor ao monumento histórico, considerando as recentes discussões sobre o patrimônio e as possíveis contribuições do design, ressaltou ainda numa interface que, além das dimensões estético formais (forma, cor, tipografia), considerou a dimensão ergonômica e de usabilidade como elemento chave para a concepção do produto e otimização da relação usuário-interface.

259. DIRECCIONES FUTURAS - NUEVAS TENDENCIAS PARA LA FORMACIÓN DE DISEÑADORES Y EL DESARROLLO DE COMUNICACIONES Y PRODUCTO

Gustavo Lento Navarro [Universidad de Palermo - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Construir un mapa que establezca el recorrido de las macro-tendencias a nivel social. Clasificar los diferentes escenarios donde estas macro-tendencias tienen evidencia. Relacionar las macro-tendencias con los ismos culturales de esta época. Presentar las evidencias de estas macro-tendencias en los escenarios de Educación del diseño, Comunicación, y Desarrollo de producto. La duración es de 3 horas.

260. DISEÑADOR O EMPRESARIO DEL DISEÑO

Federica Tojo [Tojo - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

¿Cuál es la diferencia entre diseñador y empresario del diseño? ¿Qué se requiere para dar los primeros pasos de manera independiente? Una vez lanzada la empresa, ¿cómo permanecer siempre vigente? Visión y previsión. Resultados permanentes. Una visión exigente y llena de posibilidades para lograr la independencia profesional sumando herramientas comerciales y ensayando diferentes escenarios de práctica.

261. DISEÑO RESPONSABLE COMO NUEVO VALOR SOCIAL

Vivian Urmeneta [DuocUC Sede Viña del Mar - Chile]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

El tema de la protección ha emergido en los últimos años como un rasgo colectivo relevante, que está llamado a jugar un papel muy influyente en la opinión y en la dinámica existencial de las personas, creando conciencia y generando comportamientos de una naturaleza proactiva que potencian, y en algunos casos, nuevas formas creativas que estimulan la innovación.

262. EL DISEÑO DE LA PUESTA EN ESCENA [ACTIVIDAD CANCELADA]

Lucía Silva [COMEDIARTE - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

La puesta en escena es también un diseño donde deben combinarse equilibradamente los distintos factores. Representa, al igual que el diseño, historias de vida, momentos, estilos, épocas, visiones. Es la conjugación del diseño del artista con el director y transforma un espacio y un cuerpo en un medio de comunicación.

263. EL FIGURÍN EXPRESIVO. EL FIGURÍN COMO MENSAJE VISUAL

Leticia Lapeña [Universidad de Palermo - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Claves y principios básicos para dibujar figurines y organizarlos en el plano de acuerdo a una propuesta específica. Respuestas a las dificultades reales que se presentan en el aprendizaje del dibujo.

264. EL TALLER DE DISEÑO. BLENDED-LEARNING

Eduardo Hamuy y Osvaldo Zorzano [U-ARCIS - Chile]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

¿Podemos enseñar el diseño desde una Aula Virtual? El paradigma del Taller de Diseño es una modalidad esencialmente presencial, sin embargo muchas veces es difícil lograr que los alumnos estén en la frecuencia del Taller las 24 horas del día. Esta propuesta sostiene que un aula virtual permite fortalecer comunicación, colaboración y profundizar la reflexión. Para lograrlo se requiere una estrategia.

265. EMERGENCIA DIGITAL

Patricio Cavalli [Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Una selección de quince hechos poco relacionados habitualmente entre sí que muestran la emergencia del medio digital en la vida de las personas.

266. ENCUADRE - EL ARTE DE LA MENTIRA

Diego Hernández Flores [Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Siempre que intentamos encuadrar nos encontramos situados frente a un acto traumático. Debemos elegir, balancear, denotar un punto de vista. Estamos obligados a discriminar

y a mentir. El objetivo de este taller es introducirnos en las distintas maneras de encuadrar, y analizar sus principios y sus consecuencias.

267. ESTRATEGIAS DEL ONLINE PARA UNA CAMPAÑA EXITOSA

Pablo Brovelli, Sebastián Basso y Claudio Vitale [Basso Brovelli - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Implementación de estrategias en la web. Conocimiento de pauta en sitios de nichos y sitios especializados. Conocer las necesidades básicas para solicitar una campaña en la web o un sitio institucional. La duración es de 3 horas.

268. EXPERIENCIAS Y PRÁCTICAS CREATIVAS ALREDEDOR DEL VESTUARIO

Claudia Liliana Fernández Silva y Mauricio Velásquez [Posada [Universidad Pontificia Bolivariana - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

La enseñanza del vestuario en nuestro medio es una labor reciente, producto de una emergencia de la industria y una pregunta por la profesionalización que detone desde la propia disciplina del diseño, reflexiones anteriormente asumidas por la sociología o la antropología, pero para la industria y la academia el paradigma de la moda domina la creación apoyándose en su idea de cambio y novedad; transformación de los signos en la sociedad. El vestuario por su parte sugiere un acto que equivale a añadir capas de significados. Capas que transcurren de lo íntimo a lo social, dando forma a la manera como hacemos presencia en el mundo.

269. IDENTIFICACIÓN DE LENGUAJES VISUALES

Mónica Graciela Arauco Orzagaste [Universidad Privada Boliviana - Bolivia]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

El lenguaje visual es un sistema de comunicación que utiliza las imágenes como medio de expresión, es decir, transmite mensajes visuales. Sin embargo, los procesos de decodificación están condicionados por variables como la cultura, el entorno, la educación, etc. Para asegurarnos de que estos mensajes logren transmitir efectivamente lo deseado, es necesario identificar el lenguaje visual del público al que nos estamos dirigiendo con una pieza. Las herramientas para identificar inequívocamente el lenguaje visual del público con el que se está comunicando.

270. LA COMUNICACIÓN DEL DISEÑO: SUS ESTRATEGIAS

Néstor Sexe [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo UBA - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

La comunicación es una estrategia combinada entre el pensamiento proyectual, los sentidos del objeto diseñado y su difusión.

271. LA ENSEÑANZA DE LAS DISCIPLINAS PROYECTUALES

Ana María Romano [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. UBA - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Las disciplinas proyectuales tienen ya una larga tradición en el campo de la enseñanza superior, sin embargo pocas son las reflexiones teóricas que se han producido al respecto. La naturalidad con la que los profesionales e idóneos del campo han encarado la formación disciplinar ha tenido como consecuencia la implementación de un conjunto de modalidades que necesitan ser revisadas para propiciar la construcción de una didáctica específica.

Agenda completa de actividades académicas

272. LA IMAGEN, ANFITRIONA DE LA HISTORIA

CE

Nicolás Amoroso Boelke, Olivia Frago Susunaga y Blanca Estela López Pérez [Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco - México]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

La imagen de la ciudad, acontecimiento vinculante de formas culturales y figuraciones estéticas que conforman el imaginario simbólico de la sociedad. Este trabajo narra cómo las imágenes, en distintos escenarios de la ciudad, anteceden a las ideas y a la misma realidad. Insurgentes, espina dorsal de la ciudad, contiene en la imagen publicitaria que desciende en la ciudad un sistema simbólico en el que el discurso se articula a lo largo de la avenida. Los graffiti, son una presencia visual recurrente en el entorno, imagen transgresora que estampa la ciudad como marca que encuentra en lo digital nuevos recursos.

273. LA PUBLICIDAD GENÉRICA EN EL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN DEL VINO

CE

Carolina Barón Knoll y Jorge Cristián Dragonetti [Estudio particular Identidad Visual - Argentina]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Como consecuencia del proceso de globalización, las organizaciones han comenzado a dar valor a la comunicación y la imagen institucional, como unas de las herramientas más importantes para su desarrollo y gestión estratégica. No se escapan de esta realidad, las grandes bodegas que forman parte del mercado del vino en Argentina y que juntas se nuclean en el Fondo Vitivinícola. Después de varios años de constantes pérdidas de mercado, los empresarios del sector se unieron y decidieron posicionar el vino, a través de campañas de publicidad genérica. Se analizarán las campañas publicitarias implementadas por parte del Fondo Vitivinícola: mensaje, tipo de posicionamiento, imagen, cultura, consumidores y resultados obtenidos; para determinar su influencia en los consumidores a la hora de adquirir el producto.

274. LOS SÓLIDOS REGULARES Y SEMIREGULARES Y SUS INTERRELACIONES GEOMÉTRICAS

T

Yamila Garab [Optimus design - Argentina]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

La comprensión de la estructura abstracta de los poliedros y por sobre todo los niveles de vinculación entre los mismos, hacen que la mirada sobre la morfología se enriquezca y permita una comprensión aún más profunda del vasto universo de la forma.

275. PLEGAR PARA ESTRUCTURAR

T

Ever Patiño [COMFAMA - Colombia]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Los dobleces en las superficies planas pueden cambiar sus propiedades. Por un lado pueden transformar lo plano en volumétrico; y por otro pueden aportarle estructura a la superficie que antes no la tenía. En el taller se expondrán las ventajas de las formas y sustratos plegados, frente a otras que deben utilizar otros principios constructivos y estructurales para poder erguirse y soportar su propio peso o cargas externas. Se fabricarán diferentes modelos en papel utilizando patrones de doblez con alta eficiencia estructural.

276. PROYECTO SUPERFICIE MARCA

CE

Vicente Pessôa [Atelier Soalheiro - Brasil]
10.30 hs. | Jean Jaurès 932

Planteo del uso del raciocinio de estructuración y articulación de células/módulos en estándares diversos, aplicados a una serie de situaciones, así adoptando diversas metodologías de trabajo. Creación de marcas y logotipos. Uso de las marcas/logotipos ya existentes. Uso decorativo.

277. TALLER DE MOBILIARIO

CE

Ritha Braga [RB Design - Brasil]
10.30 hs. | Mario Bravo 1050

Metodología y desarrollo de productos orientados al área de muebles. Desde la pesquisa y tendencias hasta el modelaje hecha en clase.

278. TABORDA

I

Felipe Taborda [Brasil]
11 a 13 hs. | Jean Jaurès 932

279. CRISIS EN EL DISEÑO

CE

Jorge Piazza [Editorial Redargenta - Argentina]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

En su desarrollo profesional, los diseñadores suelen atravesar por un sinnúmero de conflictos laborales, que a hoy pueden ser vistos como auténticos lugares comunes del diseño. Estas situaciones que suelen demandar diez años de golpes para que una estructura profesional pueda sentir las superadas responden a características propias del diseñador y su mercado, que son analizables y en definitiva evitables. Todo parte de concientizarnos que nuestra profesión atraviesa una crisis, y que echarle la culpa a los clientes no es la solución, sino un lugar común más.

280. DISEÑO AL FUTURO

CE

Mihaela Radulescu de Barrio de Mendoza [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

El estudio de las tendencias de desarrollo del diseño es esencial para la realización de los proyectos actuales de diseño, por la necesidad de novedad, originalidad e impacto a la cual cada proyecto debe responder. Las tendencias se estudian a partir de lo que actualmente se anuncia como inicio de camino y que parece tener potencial para desarrollarse. No se puede analizar debidamente una tendencia y mucho menos crear a partir de una sino se ubica la tendencia en su contexto: contexto comunicativo, contexto de mercado, contexto cultural. Analizando el contexto actual y sus líneas de desarrollo se define el marco de cambios de la sociedad (económicos, sociales, culturales). En el marco de los cambios de la sociedad se definen los cambios que ocurrirán en el diseño.

281. EL DESARROLLO DE CÓDIGOS COMUNICACIONALES EN LA TAREA CURATORIAL

CE

Irene Jaievsky [Galería Arte y Parte - Argentina]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

A partir de la definición de lo que hoy representa un curador en el desarrollo de toda exposición, evento, concurso, etc. como actor involucrado en las diferentes tareas de gestión y administración cultural, se plantea aquí el desafío de la comunicación entre las partes de un mismo todo: el observante y lo observado. Análisis de los parámetros a seguir y los condicionamientos impuestos en los diferentes ámbitos profesionales con ejemplos muy concretos.

282. EL ETERNO CONFLICTO: DISEÑADOR GRÁFICO VS. IMPRESOR

CE

Nelson Gustavo Valdivieso Mavesoy [Colorquímica S.A. - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Cerrar la distancia técnica y de comunicación que existe entre los diseñadores y los fabricantes de empaques. Generar nuevas capacitaciones que mejoren ambas partes, su gestión y de igual forma optimizar los procesos de las diferentes plantas convertidoras de empaques lo cual va en beneficio de los industriales y por ende de las economías locales.

283. EN LOS TACONES DE UNA CREATIVA

CE

Paola Sánchez Castro y Diana Cruz Rodríguez [Sístole Marcas Activas - Colombia]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Para hacer una buena publicidad, la versatilidad a la hora de comprender el grupo objetivo, su lenguaje y sus gustos, es primordial, hay que meterse en los zapatos del otro, pero no todos sabemos caminar con tacones.

284. FACHADAS E IMAGINARIOS URBANOS

CE

Darío Suárez y María Mercedes Avila [Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Diseño - Argentina]
12.00 hs. | Jean Jaurès 932

La ciudad entendida como experiencia urbana es polifónica. Es ante todo una experiencia física; pero también se percibe, se vivencia. Una construcción que expone una condición urbana e impone diversos imaginarios propios de la ciudad informática y de su capacidad de re-inventarse. La ciudad representa un tipo ideal que se ha afirmado y consolidado en la historia. En esta óptica, la experiencia urbana conserva su significación. Ésta deviene de una experiencia multidimensional que asocia ámbitos públicos y privados, mediante las fachadas urbanas, elemento fundamental del lenguaje de la ciudad y de su contribución a la conformación del espacio público.

285. HACIA UN DISEÑO PARA LA INFORMACIÓN

Rose Lema, Nicolás Amoroso y Aarón Caballero [Universidad Autónoma Metropolitana - México]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

El diseño para la información es un lenguaje que tiene que ver con la encarnación, con la estructura y que ha sido procesable por los humanos durante sus interacciones, ampliándolas mediante distintos dispositivos. Tiene una visión general de las nuevas tendencias, nuevas tecnologías, conocimientos y lenguajes. Se manifiesta mediante formas relativamente tangibles, imagina formatos nuevos en distintas zonas de la práctica cultural como la cartografía, los elementos multimodales, la narrativa periodística. Se propone transformar mediante formas agradables, comunicacionales y recreativas la información, desconfigurándola étnicamente, reconfigurándola estéticamente.

286. LA ALPACA Y EL ALGODÓN PERUANOS

CE

Mencia Olivera Aramburú [Chio Lecca Fashion - Perú]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Características y virtudes de la fibra de algodón pima y del pelo fino de alpaca peruanos.

287. LA IDENTIDAD ES UN TRABAJO EN PROCESO, EXPERIENCIA ACADÉMICA UAMX

CP

Martha Isabel Flores Avalos y Fabricio Vanden Broeck [Universidad Autónoma Metropolitana - México]
12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Con motivo de la exposición de la firma finlandesa de textiles Marimekko, auspiciada por la Embajada de Finlandia en México en el Museo Franz Mayer de la Ciudad de México, las autoridades del museo decidieron invitar a algunas escuelas de diseño a participar interviniendo un día sus instalaciones inspirándose en la exposición. A esta iniciativa se le denominó Interviniendo Marimekko y participan diez universidades. Nuestra intervención se titula "La identidad es un trabajo en proceso" y habla de la analogía del trabajo creativo de diseño procesal con el proceso de identidad de nuestras comunidades urbanas. En esta intervención participan 35 alumnos.

I Conferencia de
Invitado de Honor

CE Conferencia (para
todos los inscriptos)

CP Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)

T Talleres para todos
los inscriptos

S Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

288. LA OTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL

William Ospina Toro [Universidad de Caldas - Colombia]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

La polémica sobre el impacto social de cualquier disciplina establece un punto para la evaluación de las perspectivas de actuación de cada una de ellas, sin embargo el diseño ha sido calificado de manera equivocada por discursos que lo supeditan exclusivamente a la lógica del mercado. De acuerdo a lo anterior, para nuestro contexto latinoamericano, es necesario precisar cuál es la responsabilidad social del diseño a partir de la complejidad que se presenta en tal entorno, además de ubicar la funcionalidad de las herramientas formales del diseño en la dimensión social.

289. LAS COSAS POR SU NOMBRE

Mariela Celina Secchi y Rodrigo Ramírez [Instituto Nacional de Tecnología Industrial - Argentina]

12.00 hs. | Mario Bravo 1050

Los diseñadores gráficos no solemos ver la necesidad real de las PyMEs y proponemos proyectos para grandes empresas. Poder entender que la demanda dista considerablemente de las bases conceptuales, nos sumerge en una incertidumbre ...¿para qué estudiamos?, y se quita importancia a los clientes que aunque no tienen incorporada la cultura de diseño, saben que tienen la necesidad de comunicar, pero muchas veces no saben cómo canalizarla. Queda en nuestra habilidad, educar y concienciar sobre la importancia del cuidado de la imagen de la empresa; que aunque se las denomina PyMes y esto las minimiza, constituyen el motorizador de la economía del país y una oportunidad de trabajo para los diseñadores.

290. MODA E IDENTIDAD

Edward Venero [Pontificia Universidad Católica del Perú - Perú]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

La moda crea actualmente universos de sentido que proponen al público. Son universos que toman en cuenta la generación de identidades en un espacio cultural caracterizado por la existencia de redes de comunicación, material y espiritual. La moda apunta a las identidades emergentes y cultiva la interculturalidad. El diseño de la moda se proyecta hacia la gente a través del arte gráfico, con el cual colabora desde el inicio. Esta ponencia muestra una línea de desarrollo de la gráfica para moda latinoamericana, relacionada con identidad / interculturalidad, ilustrada gráficamente y la ejemplifica con un proyecto personal de moda.

291. NOBRAND, O CÓMO TRANSFORMAR LA IDENTIDAD DE UN PAÍS EN PRODUCTOS

Stecher Gustavo Berdichevsky Hernan [Nobrand - Argentina]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Nobrand es una empresa que ha usado la iconografía cultural argentina, convirtiéndola en un proyecto cultural a través del diseño de una paleta gráfica de íconos. Estos íconos se han convertido en una serie de productos industriales, impresos y textiles que recorren el mundo transmitiendo nuestra idiosincrasia.

292. NUEVOS MEDIOS, NUEVOS DESAFÍOS PARA EL DISEÑO DE LAS CAMPAÑAS INTERACTIVAS. "ESPACIO IAB"

Fabiola Ferro, Orlando Cristofalo y Mariano Dorfman [OgilvyInteractive - Argentina]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Cómo el crecimiento de los medios, tanto en funcionalidad como en cantidad, el surgimiento de nuevos espacios de

comunicación como son los sitios de comunidad y la integración de nuevos dispositivos móviles están modificando la forma de pensar y diseñar campañas interactivas.

293. REMIX BICENTENARIO

Federico Eduardo Sánchez Villaseca [Universidad Diego Portales - Chile]

12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Proponer una reinterpretación visual crítica y propositiva de los principales hitos, acontecimientos y personajes que han definido la historia de Chile. Generar una instancia de discusión y reflexión sobre lo que ha definido, define y definirá la identidad de nuestro país con miras a la celebración del Bicentenario. Generar un espacio de diálogo y colaboración entre las disciplinas del diseño, la comunicación visual, la historia y la sociología. Vincular la disciplina del diseño a temas de interés cultural global/local.

294. BRANDING SIMBÓLICO. SIMBOLISMO GRÁFICO, ESPACIAL Y CROMÁTICO DE MARCAS

Andrea Pol [Andrea Pol Branding Simbólico - Argentina]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Espacio de reflexión y creatividad para el análisis y diseño simbólico de marcas, logotipos, avisos publicitarios y tipografías. La aproximación al mundo de los símbolos gráficos, espaciales y cromáticos, combinada con el aporte de un método específico de análisis y creación grafo-simbólico, permite descubrir el contenido profundo que subyace en el amplio universo de las estructuras visuales.

295. DIBUJANDO VECTORIALMENTE

María Virginia Graciotti [Universidad de Palermo - Argentina]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Aprendamos a dibujar con el Ilustrador. Nociones básicas de dibujo con Illustrator CS2.

296. DISEÑO DE LOFT Y/O VIVIENDAS ESPECIALES

Silvia Porro [Estudio Porro-Quiroga - Argentina]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Dada la tendencia actual de reciclar edificios urbanos arquitectónicamente valiosos, se generaron nuevas formas de convivencia y relación de funciones en locales unitarios ahora destinados a vivienda. En una apretada síntesis se tratan los conocimientos básicos para la resolución de viviendas en edificios que deben cumplir funciones distintas de aquellas para las que fueron creados, dando como resultado formas no tradicionales en locales que requieren de toda nuestra creatividad para su resolución.

297. ESCENOGRAFÍA. LA DRAMATURGIA ESCENOGRÁFICA - UN ESPACIO POÉTICO

Norberto Ezequiel Laino [Argentina]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Reflexiones sobre las posibilidades poéticas del espacio. La escenografía como proveedora de formas de lenguajes en los procedimientos creativos.

298. IMPORTANCIA DE LA PARTICIPACIÓN DEL FOTÓGRAFO EN PRODUCCIONES DE DISEÑO

Silvina Mariel Domínguez y Guillermo Torti [Argentina]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

El objetivo es que el diseñador aprenda cuáles son las pautas para solicitar una toma fotográfica optimizando la relación de costos y tiempo. En general no se tienen en cuenta aspectos que son propios de la captura fotográfica y que

el diseñador puede resolver en conjunto con el fotógrafo como un importante aliado y hasta con muchos mejores resultados que cualquier programa de edición. Evitando así, extensas horas de post-producción de retoque que el cliente no abonará.

299. JUGUETES CIBERNÉTICOS

Jorge Mario Zuleta Arrieta [PolloCities - Colombia]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Aproximación lúdica sobre programación orientada a objetos que permita crear simples bots (programas para computador). No se requiere conocimiento básico en ningún programa en particular, pero se espera que el público esté presto a realizar ejercicios simples de razonamiento y lógica. Este taller es el marco de mi obra como artista en donde quiero presentar algunos de mis más recientes juguetes.

300. MULTIMEDIA

César Mauricio [Universidad de San Martín de Porres - Perú]

14.00 hs. | Mario Bravo 1050

Cómo los diseñadores pueden desarrollar páginas dinámicas sin ser expertos programadores, utilizando herramientas libres.

301. IDENTIDAD CORPORATIVA. CURSO INTRODUCTORIO PARA LA IDENTIFICACIÓN VISUAL DE LAS ORGANIZACIONES

Javier Bernardo [Bernardo + Celis - Argentina]

14.30 hs. | Jean Jaurès 932

El curso propone introducir a los asistentes en la temática del diseño de sistemas de identificación institucional. La duración es de 3 horas.

302. GUÍA DE ANÁLISIS Y VALORACIÓN DE PRODUCTO

Germán Charum Sánchez y Jairo Alberto Leal Palacio [Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]

15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Aspectos teóricos y compositivos que respondan a las intenciones, tendencias y deseos de los fenómenos contemporáneos de consumo en el desarrollo de producto.

303. LA INFLUENCIA DE LAS ARTES MARCIALES EN EL DISEÑO DE LA ESTRATEGIA CORPORATIVA

Natalia Vanesa Quiroga y Germán Von Foerster [UP/UCA - Argentina]

15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Las artes marciales brindan algunas enseñanzas válidas para la acción directiva. Estas prácticas pueden aplicarse para fortalecer las características básicas de un líder. El manejo del conflicto real, la armonía entre individuo, cuerpo, mente. La definición de objetivos. No solo comunica el líder con sus palabras, sino con sus acciones. La implementación de la Táctica y la Estrategia dentro del competitivo mundo de las Corporaciones.

304. ORIGAMI MODULAR

Laura Azcoaga [UNGS - Argentina]

15.00 hs. | Mario Bravo 1050

El origami modular es una combinación única del papel plegado y las matemáticas, más precisamente la geometría de poliedros y teselados del plano y la topología. Quienes se inician lo hacen atraídos por la belleza de las piezas que pueden crearse por medio de técnicas sencillas y gradualmente se introducen en el mundo de las figuras tridimensionales y sus reglas, familiarizándose con nomenclaturas léxicas y morfológicas. Sus características lo hacen particularmente adecuado para el estudio y el desarrollo de estructuras en

Agenda completa de actividades académicas

el plano y tridimensionales (como domos o toros) y es allí donde se aproxima a la arquitectura contemporánea.

305. SASTRERÍA: DISEÑO - ARTESANÍA - ELEGANCIA EN EL VESTIR

Cristina Amalia López [Asociación Argentina de la Moda - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Introducción en el mundo del diseño de Sastrería para acceder a la Cultura Técnica Sartorial que se requiere a la hora de crear una prenda, observando la armonía de las líneas y la conjugación de los detalles, motivando la capacidad de observación, la agudeza de los sentidos y apreciación estética de la moda como arte, concientizando al observador respecto de la disparidad y diversidad de conformaciones del cuerpo humano y la incidencia que posee en la visualización de un atuendo.

306. TALLER DE CREATIVIDAD. HACIA UN ESTADO CREATIVO

Silvia Maldini y Graciela Inés Stefano [EMBA - Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Componente básico del proceso de diseño, donde la creatividad aparece, introduce una mirada diferente a lo ya conocido, abriendo la oportunidad para que surja algo nuevo. Fluidez, flexibilidad y originalidad son tres cualidades para cultivar en el Taller de creatividad.

307. TRES ENCUENTROS CON NORBERTO CHAVES

Norberto Chaves [I+C Consultores - Argentina]
15 a 17 hs. | Mario Bravo 1050

Coloquio abierto sobre el diseño y algún otro tema interesante.

308. ¿CREATIVIDAD SIN LÍMITES?

Alfio Aníbal Maccari [Argentina]
15.00 hs. | Mario Bravo 1050

Descubrir la trama secreta de la creatividad, sus límites y las formas como se aplican. ¿Somos creativos los creativos? ¿Podemos ejercerlo? Cómo se desarrolló la creatividad desde el siglo pasado hasta nuestros días.

309. DEL PAPEL A LOS BYTES. DESARROLLO DE INTERFACES DIGITALES

Brenda Georgina Estupiñán Cuevas [Universidad de Guadalajara - México]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

El diseño gráfico potenciado con las tecnologías de información e Internet, traspasa sus fronteras enlazando individualidades con sociedades globalizadas y culturas con ciberculturas. El diseñador establece el punto de contacto (las interfaces) entre los usuarios y las computadoras abriendo el camino a nuevas formas del pensamiento. Presentación de una metodología para el diseño de interfaces para web basada en el conocimiento del usuario y su entorno, así como los principales puntos a considerar desde una perspectiva interdisciplinaria. El caso de la Biblioteca Digital de la Universidad de Guadalajara (México).

310. DESENHO, IMAGEM E ARTE DA MEMÓRIA

Maria do Céu Diel de Oliveira [Universidade Federal de Minas Gerais - Brasil]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Baseando-me em imagens da Fisiognominia, do colecionismo, dos tratados de paisagismo e do cinema, busco relacionar estas com a Pedagogia visual ou educação do olhar, notadamente quando produtores de imagens. Busco

demonstrar que nosso olho vem educado por questões estético, políticas e alegóricas.

311. DISEÑO CONTRA CALIDAD DE VIDA

Cesar Sierra [Universidad Jorge Tadeo Lozano - Colombia]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

La producción industrial y el Diseño Industrial como principal herramienta, lejos de asegurar posibilidades de mejorar nuestra calidad de vida común, han terminado atentando contra ella. Tenemos el compromiso ético de encontrar respuestas adecuadas que puedan establecer modelos adecuados, desde la academia para luego ser proyectados en el mundo exterior.

312. DISEÑO DE BROCHURES CORPORATIVOS. "ESPACIO GUTENBERG"

Gonzalo Oliveros [Fundación Gutenberg - Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Una revisión de los aspectos más relevantes para planificar, desarrollar, diseñar y producir con éxito un brochure corporativo. Los problemas más frecuentes, el trato con el cliente y los proveedores, algunas nociones de diseño editorial, la materialización.

313. DISEÑO Y COMPROMISO SOCIAL

Nicolás Pisano [Instituto Superior de Diseño Aguas de la Cañada - Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Tomando el diseño social como paradigma, se expone el origen, desarrollo y actual evolución del proyecto Postal Social. La publicación aborda temas de contenido social trabajados desde el lenguaje visual. El principal objetivo es el desarrollo de campañas de bien público y acción social que promuevan el acceso a información fomentando la educación, prevención, concientización y reflexión.

314. EL DIRECTOR DE ARTE. CÓMO SER LÍDER ENTRE DISEÑADORES GRÁFICOS

Darío Mendizábal [Editorial Ediba S.R.L. - Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

El director de arte en una editorial debe tener la agilidad para moverse con eficacia entre el mundo de la empresa y el negocio, la retórica del discurso visual, y la dirección de un equipo multidisciplinario. Muchas veces su función de liderazgo no es justamente reconocida tanto por los gerentes de empresas como también por sus colegas o compañeros. Los establecimientos educativos preparan a sus alumnos para ser buenos diseñadores, pero ¿los preparan para el liderazgo? Ser líder entre diseñadores gráficos y no morir en el intento.

315. IDENTIDAD, DISEÑO Y PATRIMONIO: EL CASO DE CHILOÉ

Paola De La Sotta Lazzerini y Giann Carlo Duran Diaz [Universidad de Chile - Chile]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

El compromiso del diseño con su entorno y el uso de sus capacidades como herramienta de revisión, análisis, recuperación, reivindicación y proyección científica y comunicativa de lo que nos es propio como cultura, sin desmerecer lo foráneo, permitirán sumarse en mejor medida a un escenario global. Por otro lado, el reconocimiento del valor patrimonial de una cultura vernácula, nos acerca, como punto de partida, hacia la necesaria consideración del rescate de una identidad del diseño nacional.

316. INTRODUCCIÓN AL CUERO. PROCESOS Y UTILIDADES

Eleonora Contino [Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Los pasos iniciales para el proceso y utilidades del cuero. La curtiembre y sus distintas áreas por donde pasan las chapas de cuero semiterminados. ¿Qué es una chapa, cuáles sus tamaños y medidas? Muestra de distintos cueros según el animal. Procesos del cuero para su pintado/teñido. Grabado y terminaciones superficiales. Vocabulario en el mercado de los accesorios y el cuero para la confección.

317. LA CONVERSACIÓN CON EL PROYECTO EN LOS TALLERES DE DISEÑO

María de las Mercedes Filpe y María Sara Guitelman [UNLP - Argentina]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

Investigación sobre enseñanza del diseño que propone indagar las estrategias didácticas desarrolladas en los talleres de diseño en comunicación visual, identificar modalidades que contribuyan al mejoramiento de la enseñanza para el desarrollo de la reflexión sobre la acción y el recorrido de experiencias innovadoras.

318. LA VIDA ES UN CARNAVAL. EL DISEÑO INDUSTRIAL EN BARRANQUILLA

Edgar Andrés Moreno Villamizar [Fundación Universidad del Norte - Colombia]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

Estrategia creada para que el carnaval de Barranquilla (Colombia) sea vehículo e instrumento vital de la inserción del diseño industrial en la ciudad, y de esta manera pueda integrarse en las dinámicas productivas de la sociedad local, creando nuevos espacios para la producción industrial y artística.

319. MARKETING, DIFUSIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DISEÑO

Paula Asiain [RE.diseño - Argentina]
15.30 hs. | Mario Bravo 1050

¿Qué hay detrás del diseño? ¿Cómo optimizamos las herramientas? ¿Tenemos conciencia de los materiales que utilizamos para el diseño? ¿Cómo lo difundimos? El diseño no termina en el producto terminado, para comercializarlo y poder seguir creando hay que realizar un estudio de mercado, un plan de difusión y de marketing y mucho más.

320. NUEVOS MODOS DE PENSAR EL DISEÑO

Sandra Isabel Castro [Sandra Castro - Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Construir un método de trabajo que le permita, al diseñador de modas, generar nuevas ideas, a través del conocimiento de los diferentes comportamientos morfológicos, conceptos y tipologías. Brindar las herramientas teórico-prácticas necesarias para encontrar el equilibrio en la elaboración de proyectos productivos, con el objetivo de proponer al profesional las distintas salidas que abarca el diseño de moda garantizando permanencia y éxito en un campo crecientemente competitivo.

321. PROPUESTA DE UNA CLASIFICACIÓN TIPOGRÁFICA

Eduardo Álvarez del Castillo Sánchez [México]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Reflexión sobre las diferentes clasificaciones tipográficas que han existido y argumentación acerca de por qué hoy se puede utilizar una más efectiva y actual.

I Conferencia de
Invitado de Honor

CE Conferencia (para
todos los inscriptos)

CP Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)

T Talleres para todos
los inscriptos

S Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

322. REVISIÓN DE LA DIDÁCTICA DEL TALLER DE DISEÑO

Fernando Alberto Alvarez Romero [Universidad Jorge Tadeo Lozano - Ecuador]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

Estudio de la didáctica del taller para el desarrollo de competencias en los diseñadores. Aprendizaje de contenidos, habilidades y destrezas.

323. WEB 2.0

Patricia Sainz y Carolina Embon [Sauriobee | Internet Consulting - Argentina]
15.30 hs. | Jean Jaurès 932

A qué nos referimos realmente con WEB 2.0.? ¿Cuáles son las principales características y patrones de esta tendencia? Networking. Blog. El poder del usuario ¿Nuevas formas de participación. ¿Qué implicancias tiene en los códigos de comunicación?

324. CREATIVIDAD APLICADA A LA COMUNICACIÓN INTERNA

Martín Fernández [Whycomm SA - Argentina]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

La gestión operativa del área de Comunicaciones Internas y el enfoque creativo que puede brindarse para una comunicación interna creativa de las diferentes problemáticas organizacionales. Conceptos simples de creatividad aplicada y presentación de casos regionales del mercado, desde el brief inicial hasta la resolución creativa.

325. CREATIVIDAD DIARIA

María Mercedes Brousson [Buenos Aires Universitaria - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

La dinámica del diseñador cuando está en un medio o en algún trabajo editorial (un diario, una revista mensual o un folleto único).

326. DESIGN DE COMUNICAÇÃO NO MARKETING DE CINEMA

Haenz Gutiérrez Quintana [Universidade Federal de Santa Catarina - Brasil]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Para tornar competitivos os cinemas emergentes e garantir a rentabilidade dos investimentos dos seus produtores é imprescindível aumentar o número de espectadores nos seus mercados domésticos e abrir novos mercados no cenário internacional. Deste modo, o marketing de cinema se desenvolve com a finalidade de maximizar o público de um determinado filme e, conseqüentemente, gerar o maior lucro possível para seus realizadores fomentando, então, a concepção e produção de novos filmes. Esta permutação cíclica atende ao princípio de perenidade que todas as empresas do ramo audiovisual almejam. A publicidade e o design, entre outras ferramentas, auxiliam ao marketing de cinema na sua tarefa de efetivar esse princípio.

327. DISEÑO DE WEBSITES ACCESIBLES

Hugo Campodonico [A1.PERU - Perú]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Diseñar pensando en el cliente final. Pautas para que los websites sean accesibles desde computadoras, dispositivos móviles y todos los navegadores existentes. Análisis de algunos websites más visitados en el mundo y el tipo de solución que utilizan para tener accesibilidad.

328. ERGONOMÍA APLICADA A ESPACIOS HOSPITALARIOS

Gloria Patricia Herrera Saray [Universidad Católica Popular del Risaralda - Colombia]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Estudio de barreras arquitectónicas y problemas de usabilidad que impactan la habitabilidad de la arquitectura psico-geriátrica.

329. ESTRATEGIAS DE INNOVACIÓN Y DISEÑO DE UN PRODUCTO

Silvio Colombo [TECKDES - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Para responder a un exigente y creciente mercado, se necesitan respuestas proyectuales cada vez más precisas e innovadoras. Para ello se requiere una conjunción y equilibrio entre diseño y desarrollo como sustento para una estrategia exitosa.

330. EXPERIENCIA LABORAL EN EL CAMPO DEL DISEÑO

Álvaro Roman [Orbital - Bolivia]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Cómo el diseñador está expuesto en el campo de trabajo a situaciones que ponen en duda muchos aspectos de su formación como la Ética y el trato hacia los clientes.

331. HACIA UNA TEORÍA MORFOLÓGICA: MATERIA, GEOMETRÍA, NATURALEZA Y EXPERIMENTACIÓN

Ever Patiño [COMFAMA - Colombia]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

La conferencia pretende mostrar los resultados del proyecto de investigación denominado "Generación y transformación de la forma", cuyo objetivo fue estudiar la forma tridimensional desde dos perspectivas pertenecientes a la dimensión material, una de ellas parte del modo cómo la materia interviene en el desarrollo de la forma, y la otra centrada en la manera cómo naturaleza construye y transforma sus morfologías. Los resultados de la investigación son una serie de metodologías y técnicas que se desarrollaron, que permiten abstraer y analizar formas de la naturaleza para proponer nuevas estructuras con base en los principios constructivos encontrados.

332. HISTORIA DE UNA CAMPAÑA DE SALUD PÚBLICA

Ernesto Arana Bustamante [Universidad La Salle Cuernavaca - México]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

Los accidentes de tráfico son la principal causa de muerte de los jóvenes en México. Esto se ha convertido en un verdadero problema de salud pública, tanto por la cantidad de accidentes que se registran y la atención requerida, pre-hospitalaria y hospitalaria, tanto como por el impacto y las consecuencias en la vida de las familias y la comunidad misma, debido a las tasas de morbilidad y mortalidad que este fenómeno representa. ¿Cómo generar conciencia sobre el problema y encauzar acciones para promover su prevención? El enfoque de esta conferencia se centra en la estrategia de comunicación propuesta para contribuir a modificar los hábitos y conductas hacia la prevención de accidentes de tráfico, automovilísticos y peatonales, de los principales grupos de riesgo y afectación en la Ciudad de Cuernavaca, Morelos, México.

333. IMAGINARIOS, MAGIAS Y MITOS: PRODUCTOS ESOTÉRICOS BOGOTANOS

José Ignacio Ardila Lozada [Fundación Universitaria Los Libertadores - Colombia]

17.00 hs. | Jean Jaurès 932

El mercado de productos esotéricos en Bogotá es una fiel representación de los imaginarios colectivos; así como del pensamiento mágico y precientífico que aun perdura en lo cotidiano. Su consumo no es cuestión de clase social, es cuestión de imágenes que representan sueños y deseos comunes.

334. INFLUENCIAS E HISTORIAS EN DISEÑO CONTEMPORÁNEO

Andrés Gustavo Muglia [Argentina]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

Las influencias en el diseño contemporáneo y de qué modo el diseñador actual es permeable a ellas: el discurso racionalista, las artes plásticas y la moda.

335. LA MODERNIDAD Y EL ENFOQUE RESPONSABLE DEL DISEÑO A TRAVÉS DE LA PEDAGOGÍA

Yovanni Aldana Useche [Universidad Pedagógica Nacional - Colombia]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

En la modernidad estamos avocados a las complejas morfologías de los objetos que conducen a los seres humanos, pero ¿de qué manera se puede evaluar cuál es la ética educativa del mismo, y la visión de un objeto-diseño dentro de un medio social como un factor formador?

336. MEDIOS DIGITALES Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA ENSEÑANZA DEL DISEÑO

Oscar Javier Cardozo Guzmán y Luis Alberto Lesmes [Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

Los nuevos medios y, en general, las nuevas tecnologías no solo afectan la manera en que los contenidos y la información en general es generada, compartida y transferida. Como tal han afectado sustancialmente a quienes las habitan. El estudiante que hoy ingresa a la educación superior particularmente en programas de diseño debe ser reconocido como un nuevo paradigma frente a quien es necesario formular las estrategias de implementación de tecnología y medios digitales. Se hace necesaria adicionalmente una reconceptualización de lo digital y de los medios per se para determinar, desde el diseño y su enseñanza, la forma como estos deberían apropiarse.

337. RENOVACIÓN DE LA CREATIVIDAD

Matías Lionel Carballes [Escuela Rectora de Aeróbica - Argentina]
17.00 hs. | Mario Bravo 1050

El proyecto presentado consta de plantear a la creatividad como una herramienta metodológica en publicidad para la personificación de la marca, buscando lograr de forma proyectual la fidelización de los actuales consumidores de una marca como así también la captura de nuevos clientes. Este proyecto posee un modelo para llevar la propuesta a cabo, de modo que tiene un interés mas orientado a profesionales en actividad que puede utilizar como ejemplo el modelo propuesto como herramienta de trabajo.

338. SENTIDOS DEL DISEÑO GRÁFICO

Ángela Rangel [Brasil]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Pensando en el bienestar de manera amplia, como un derecho de todos, una serie de cuestionamientos acerca del diseño gráfico dejan de ser respondidos al observarnos toda una variedad de impresos vinculados hoy en día bajo tal nomenclatura. Suponiendo que diseño sea proyecto, ¿qué es lo que el diseñador gráfico puede proyectar y cómo?

Agenda completa de actividades académicas

¿Cuáles son las posibles relaciones entre diseño y ambiente? Y cuando hablamos de ambiente, ¿de qué, realmente estamos hablando? ¿Es posible la implementación de un diseño gráfico ambiental la cual responda positivamente a la visión holística de un proyecto (realidad tecnológica, social, cultural, económica, ecológica)? ¿Un proyecto ideal es apenas utopía? ¿En qué medida el diseñador es responsable de esos resultados? ¿Cuáles puntos están bajo el control del diseñador?

339. TÉCNICAS TEXTILES DE ESTAMPADO

Alfredo Larrosa [HOT Laboratorio Textil - Argentina]
17.00 hs. | Jean Jaurès 932

Un recorrido por las variadas técnicas textiles y sus nuevos desarrollos. Teñidos, pintura manual, sellos, serigrafía, sublimación, intervención con materiales no convencionales, engomados, son algunos de los temas que se desarrollarán.

340. ESKENAZI

Mario Eskenazi [Argentina]
18 a 20 hs. | Jean Jaurès 932

341. YENDO DE LA CAMA A LA MESA

Roberto Sablayrolles y Cristian Cid [Tasty Concepts - Estados Unidos]
18.00 hs. | Jean Jaurès 932

Mostrar al diseño gráfico como el ícono detrás de la transformación de espacios de entretenimiento convirtiéndolos en experiencias sensoriales espaciales. La duración es de 3 horas.

342. ART WEAR PROJECT

Gustavo Lento Navarro [Universidad de Palermo - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Así como el arte va modificando la metáfora de significación y va fusionándose con otras áreas, el diseño de indumentaria comienza a recorrer territorios que sugieren nuevos desafíos y exploran nuevos sentidos en la función del diseñador. El indumento como expresión artística. La búsqueda del objeto semántico y simbólico.

343. CAPACITACIÓN DE ACRÍLICOS. DÍA 2

Fernando Descotte [D+ - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Introducción al mundo del acrílico y sus posibilidades. En un contexto global donde este material es protagonista, Paolini SAIC lanza su área Innova para fomentar el buen uso del material y desarrollo de nuevas variantes del material.

344. COMUNICACIÓN VIRAL ON LINE

Ariel Chavez y Piero Enrico Bona [difícilstudio® - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Teniendo en cuenta los diferentes métodos de comunicación para las nuevas tecnologías nos concentraremos en desarrollar y mostrar diferentes comunicaciones online vía mail. Se trabajará sobre proyectos realizados por el estudio para diferentes clientes locales e internacionales y así como desarrollos de comunicación internos. El objetivo es mostrar las capacidades creativas que tiene este método de comunicación y explorar sobre las herramientas utilizadas para el desarrollo de las diferentes piezas. Por otro lado se analizará la estética, mensaje y comportamiento de las comunicaciones virales como material de diferenciación. Se mostrarán también piezas gráficas impresas que acompañan al material online y cómo se relacionan entre sí.

345. CONCEPTO, IDENTIDAD Y PERSONALIDAD DE LA GRÁFICA INSTITUCIONAL

Freddy Cristian Pimentel Marquina [Minfra / Cyan - Venezuela]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Un enfoque especial en el desarrollo publicitario gubernamental en Latinoamérica, en especial en Venezuela, el cual ha ido incrementando su presencia e importancia en el mercado comunicacional en los últimos 10 años.

346. CONVERGENCIA TECNOLÓGICA Y LA GESTIÓN DE CONTENIDOS

Leandro Federico Borello y Patricio María Godoy Lastra [Centro Multimedia - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

La gestión de contenidos se caracteriza por traducir ideas en productos culturales. Requiere una múltiple serie de aptitudes que abarcan desde el conocimiento de las audiencias hasta el aprovechamiento de la convergencia tecnológica, esto incluye tanto la dirección de personas como el dominio de herramientas eficientes de marketing. Exige focalizarse en la rentabilidad económica, cultural y social, utilizando herramientas de evaluación para la toma de decisiones.

347. CREACIÓN DE UNA FRANQUICIA LOCAL DESDE EL PENSAMIENTO DE DISEÑO

Lourdes Montano Huerta [Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Ecuador]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

El diseño es un elemento diferenciador que beneficia la competencia, agrega valor a los productos y permite adaptarse mejor a las necesidades de los clientes. En una economía globalizada en la que es durísima la competencia de todos los productos, resulta fácil esperar que el diseño ocupe un lugar relevante. Al hablar de diseño de franquicia, no debemos referirnos solo al diseño de modelo, que ven los consumidores, el proceso interno, o todo lo de "fuera".

348. DESARROLLO DE LA IMAGEN EN EMPRESAS. CASO: CAFÉ MARTÍNEZ

Claudia Salas Martínez [Café Martínez - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Cómo se desarrolla la imagen de una empresa de gastronomía, en este caso "Café Martínez". Teniendo en cuenta tanto los cambios internos y de crecimiento de la misma como los cambios de la realidad sociocultural, las necesidades propias de una empresa comercial donde lo fundamental es el rendimiento de la misma, la conjunción entre diseño, economía y las inversiones posibles y lógicas para que no deje de ser exitosa. La zonificación de los locales para optimizar zonas, la imagen visual de todos los componentes, optimización en la iluminación, organización de los tiempos.

349. DESIGN

Zoy Anastassakis [Brasil]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Pesquisei sobre o CNRC, órgão de pesquisa e ação em cultura popular criado pelo designer Aloísio Magalhães. Na pesquisa percebi diversas vinculações teórico-intelectuais do órgão, entre elas sua relação de consequência direta com um projeto de design nacional gestado por Magalhães, pioneiro da institucionalização do design no Brasil. A fim de investigar possíveis relações entre antropologia e design ministrei um curso que questionava como os homens se relacionam com as 'coisas'. Tais discussões acerca da cultura material, seja do ponto-de-vista do design e da antropologia, levam-me a apostar na possibilidade de uma 'antropologia do design'.

350. DISEÑO DE INFOGRAFÍAS

Jimena Toledo [Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Recorrido a través del diseño de la información, sus características y sus posibilidades de utilización más allá de los medios.

351. E-COMUNICACIÓN: HERRAMIENTA EFICAZ POSIBLE

Alejandro Alberto Martínez Notte [Grupo Deboss. Estudio de diseño - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Puesta en práctica de un proyecto de e-communication aprovechando los canales electrónicos para poner en marcha un ida y vuelta con nuestros contactos virtuales a través del sitio web, los e-mails y boletines electrónicos.

352. EL BRANDING CORPORATIVO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Diego García Díaz [GDS BRANDING - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

El Branding corporativo va mucho más allá del diseño gráfico o la identidad corporativa, pero su planteo estratégico tiene sus bases en el diseño y en el pensamiento proyectual. Desarrollo de esta modalidad de trabajo en estrategias de comunicación para mercados que nunca antes la habían implementado.

353. ERGONOMÍA PARTICIPATIVA Y DISEÑO, EXPERIENCIAS EN INVESTIGACIÓN

Claudia Isabel Rojas Rodríguez [Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Visión del proceso participativo de los usuarios en los procesos de diseño. Reflexión del nuevo papel del proceso de investigación etnográfica.

354. INFOXICACIÓN: ARQUITECTURA Y DISEÑO DE INFORMACIÓN

Rafael Castillo Guerrero [Instituto Profesional DuocUc - Chile]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

La arquitectura de información, reúne una serie de disciplinas que logran plantear una solución a la problemática de estructuración de contenidos para la Web. Entre los actores principales se encuentran los diseñadores gráficos, quienes con la incorporación de nuevos conocimientos podrán presentar soluciones en el escenario que se está viviendo. No obstante la cantidad y variedad de áreas relacionadas con las estructuras de información, generan que el reto que se plantea continúe sin un final definitivo. Se pretende acercar al diseño como plataforma de desarrollo de un contenido digital que logre ser comunicado.

355. INTRODUCCIÓN A LAS BODEGAS EN LA WEB

Diego Zeballos y Teban Kim [Masmedia Soluciones Web - Argentina]
18.30 hs. | Jean Jaurès 932

Posicionamiento de las Bodegas argentinas en la web, a partir de la apertura al mercado internacional con productos para exportación. Caso de éxito: Bodegas Graffigna.

356. LA CREATIVIDAD EN DISEÑO DE MOBILIARIO 08

Gastón Girod [Estudio Gg Arquitectura + diseño - Argentina]
18.30 hs. | Mario Bravo 1050

Agenda completa de actividades académicas

Producir experiencias es un trabajo de varios protagonistas. Es un todo, que involucra a nuestros invitados y los contagia. Para que esta magia se produzca, debemos diseñar en función del todo. En esta oportunidad se hablará de asientos, sofás, mesas de comedor y mesas auxiliares, como algunas de las tipologías utilizadas en el concepto de experiencia.

357. LA CREATIVIDAD Y EL ENTORNO. ESPACIO AMDIA

Maximiliano Urrutia y Lina María Domínguez

[Directa Comunicación - Argentina]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CE

La creatividad es la capacidad de crear y de producir cosas nuevas y valiosas, tanto para la gente como para las marcas y productos, y funciona para resolver problemas en una forma original y efectiva. Muchas veces la creatividad está condicionada por el entorno, esto quiere decir que tenemos que pensar más allá del mensaje. De qué manera la creatividad nos ayuda a lograr distintos objetivos de comunicación, tanto de la agencia como del cliente. Presentación de tres campañas con diferentes enfoques creativos: e-Motiva (Creatividad y Libertad), generador de oportunidades (Creatividad y Segmentación) y Speedy Dúo (Creatividad y Empatía).

358. LA CREATIVIDAD: UNA HABILIDAD PARA DESARROLLAR

Mariela Andreina Sardegna [Argentina]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

T

El objetivo es que los participantes se familiaricen con el pensamiento creativo. Se instará a los participantes a la generación de ideas superando los propios bloqueos y conociendo los "secretos" que nos permitirán fomentar nuestra propia creatividad. Se trabajará sobre los mitos de la creatividad y los aspectos de la personalidad creativa. Durante el taller se trabajará con la técnica de brainwriting y provocaciones.

359. LA ECOLOGÍA HUMANA, OTRO LENGUAJE DEL DISEÑO

Carlos Alfonso Vargas Cuesta [Corporación

Universitaria UNITEC - Colombia]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

CE

La preocupación por la ecología no compete solamente al medio ambiente, es necesario contemplar al hombre que ha perdido el equilibrio con su ecosistema interno y externo. Sin campañas publicitarias comerciales o informativas, el diseño en Unitec, propone un lenguaje visual que confronta, denuncia, muestra, evidencia y pretende "sacudir" el espíritu del hombre contemporáneo, todo desde lo gráfico, con sus recursos, creatividad y evidente preocupación por cambiar el señalamiento de exclusivos realizadores de logotipos o revistas para ser protagonistas activos de la vida del hombre del presente siglo.

360. LA REPRESENTACIÓN DE LA FIGURA HUMANA EN LA GRÁFICA POPULAR

Luis Javier Barbosa Vera [Fundación Universitaria

Los Libertadores - Colombia]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Recopilación de imaginario popular en la gráfica de la figura humana, haciendo una lectura de manera estética y lúdica de las representaciones del imaginario popular puesta al servicio de vallas, pendones, avisos, pancartas, entre otros.

361. LA VESTIMENTA COMO EMERGENTE CULTURAL. DE LA ERA INDUSTRIAL A LA ERA DEL CONOCIMIENTO

Marcia Veneziani [Argentina]

CE

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

La vestimenta tiene un gran poder simbólico, ya que funciona como indicador de las costumbres vigentes en la sociedad, las cuales se transmiten a través de los medios de comunicación, entre otros. Esta nos condiciona y a su vez sugiere qué roles desempeña la mujer, alternativamente y según las circunstancias. Los cambios en la vestimenta de la mujer, reflejan a través de los medios de comunicación, los más importantes cambios en sus roles desde la segunda mitad del siglo XX a la actualidad.

362. LOS FANTASMAS SEMIÓTICOS DE "EL CONTINUO DEL GERNSBACK"

John Arango Florez [Universidad Pontificia

Bolivariana - Colombia]

18.30 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Es una búsqueda que nace con la lectura del cuento "El continuo del Gernsbak" (Gernsbak continuum, 1981) de William Gibson, donde un fotógrafo recibe un particular encargo: capturar con su lente todos los objetos pertenecientes al "futuro perdido", diseñados entre los años 1930's y 1950's, aquellos que llenaban la imaginación de los estadounidenses con naves espaciales, autos voladores y cocinas automáticas, una reflexión a partir de un cuento sobre la importancia simbólica de los objetos cotidianos en las culturas, en las épocas y en el subconsciente colectivo de las sociedades.

363. MÉTODO 360°

Luis Alfredo Angarita Reyes [CD&I ASSOCIATES -

Colombia]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

CE

Método creado por CD&I ASSOCIATES, que contribuye en la gestión-consolidación de la identidad de un producto, proyecto o marca. Consiste en la creación de una estrategia coherente que abarca desde el desarrollo de productos y servicios, hasta el desarrollo de sus relaciones con otros medios aplicando diseño de servicios, iconos, espacios, estrategias de publicidad y marketing entre otros. Consolidando una experiencia que involucra al consumidor en la visión de la marca, agregando significado y haciéndolo sentirse identificado con la misma. Es la evolución natural del diseño estratégico y nos introduce en la nueva tendencia de diseño denominada "Minimal Meaning".

364. PENSAMIENTO COMPLEJO Y DISEÑO VIRTUAL: UN ACERCAMIENTO DESDE LA SEMIÓTICA COGNITIVA

María Fernanda Noboa González [Universidad

Católica del Ecuador - Ecuador]

18.30 hs. | Mario Bravo 1050

CE

La disciplina semiótica, articulada con el pensamiento complejo, permite construir modelos de análisis específicos para el entendimiento del proceso y productos de diseño cuyo material signifiante es la realidad virtual, que se mueve como una correlación sistémica entre actores-diseñadores con nuevas subjetividades dentro de la lógica global que exige de ellos un replanteamiento del enfoque del diseño como sistema articulado (significación) desde las localidades, a partir de la determinación dialógica, hologramática y recursiva, como respuesta a la homogeneización de la cultura que determina la sociedad de la información, particularmente en lo atinente al nuevo sentido de lo virtual.

365. BARCELONA: CIUDAD VS. MARCA

Bárbara Echevarría [Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Interviniendo la ciudad simulada, nuevas prácticas visuales para reconquistar el espacio urbano. Estrategias y expe-

riencias de la guerrilla de la comunicación. Presentación de casos.

366. CACAREAR. LA PREPOTENCIA DE LAS IDEAS

Raúl Shakespear [Shakespear Estudio - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Conferencia sobre el valor de las ideas en las comunicaciones gráficas y su incidencia en la actitud de la audiencia. Análisis y proyección de imágenes de Proyectos de Diseño propios e internacionales de relevancia vinculados al alto valor de las ideas en Identificación, Señalización, Packaging y Publicidad.

367. CINCO PRESSUPOSTOS PARA UM DESIGN GRÁFICO COMPREENSIVO

Lúcia Bergamaschi Costa Weymar [Universidade

Federal de Pelotas - Brasil]

20.00 hs. | Mario Bravo 1050

CE

A proposta deste texto é a de refletir, textual e formalmente, acerca dos cinco pressupostos teóricos e da sensibilidade apontados por Maffesoli em O Conhecimento Comum, e suas possíveis relações com o domínio do design de comunicação visual. Além disso, temos o objetivo de produzir e pensar um design compreensivo que considere a alteridade como condição de possibilidade para a construção de estilo.

368. ¿CÓMO FINANCIAR MI PROYECTO?

Juan Ramón Vassallo [Ingeniería Financiera -

Argentina]

20.00 hs. | Mario Bravo 1050

CE

Orientación a los emprendedores y empresarios del rubro de diseño. En dónde, cómo, y qué líneas de subsidios y créditos blandos pueden apovechar para fondear sus proyectos.

369. DESARROLLO Y CREACIÓN DE PERSONAJES APLICADOS EN MEDIOS GRÁFICOS VISUALES

Patricio Oliver [Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Desarrollo del proceso de realización que conlleva crear un personaje gráfico para ser utilizado en una pieza de diseño gráfico, editorial o material.

370. EL HOMBRE COMPARADO

Felipe Augusto Velásquez Iragorri [Cooperación

Unificada Nacional CUN Colombia - Colombia]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Retrospectiva en la indumentaria del hombre comparado con la naturaleza, su rol en la sociedad y con el contexto.

371. EN POCAS PALABRAS: CÓMO PENSAR ESTRATÉGICAMENTE Y REDACTAR UN SITIO

Ricardo Palmieri [Estudio Redacción: Palmieri -

Argentina]

20.00 hs. | Mario Bravo 1050

CP

Herramientas con las que cuenta el diseñador para generar textos atractivos, correctos y sencillos.

372. ENTRE LA CREATIVIDAD Y EL GUIDELINE

Marcelo Di Rienzo [Estudio Neofilms - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

CE

Cómo resolver piezas que necesiten mantener una imagen corporativa ya establecida, pero dándole un sello original y propio. El conflicto entre los lineamientos de imagen de una marca y la creación libre. Entre ambos extremos se desarrolla el trabajo del diseñador, que debe funcionar como nexo entre el arte y las reglamentaciones, demostrando que entre la línea creativa de un estudio de diseño y los

I Conferencia de
Invitado de Honor

CE Conferencia (para
todos los inscriptos)

CP Conferencia (sólo para inscriptos
profesionales / Docentes)

T Talleres para todos
los inscriptos

S Seminarios de capacitación profesional
sólo para inscriptos profesionales /
docentes (con inscripción previa)

guidelines impuestos por las grandes marcas, debe existir un proceso de relación y no de oposición.

373. IDENTIFICACIÓN Y SUPERACIÓN DE PROBLEMAS EN LAS PRIMERAS ETAPAS DEL EMPRENDIMIENTO DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN

Fernando Del Vecchio [Del Vecchio Design Management - Argentina]

20.00 hs. | Mario Bravo 1050

La correcta identificación de problemas en las primeras etapas de cualquier emprendimiento es factor crítico de éxito para una gestión eficaz. En el caso de los emprendimientos del sector de diseño y comunicación, diferenciar problemas de situaciones que no lo son puede resultar clave, en parte, por la escasa formación del profesional en la temática.

374. LA ERA DE LA SEDUCCIÓN EN EL CAPITALISMO DE FICCIÓN (ACTIVIDAD CANCELADA)

Juan David Londoño Gómez [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

El capitalismo de ficción presenta a un hombre que, paradójico a ese mundo tan "espectacular" que tiene a sus pies, se encuentra cada vez más degradado a nivel social y con mayores índices de depresión y angustia, sintiéndose finalmente frustrado ante esta realidad que no da garantías y finalmente no lo satisface. La seducción aparece entonces como un nuevo concepto que entiende y llega a la raíz del individuo como consumidor y persona, permitiendo la creación de comunicaciones efectivas, nuevos modelos de negocios, como nuevo modelo empresarial, como nueva forma de investigar el mercado y los consumidores y como modelo para el desarrollo de estrategias efectivas que satisfagan en verdad al consumidor.

375. MAMÁ ME DIJO QUE NO VINIERA

Esteban Ibarra y Juan Martín Danza [GUAP - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

De como una profesión "poco seria" o lejos de los estándares de una carrera tradicional, se puede convertir en nuestro sustento económico y sentimental. Problemáticas en los comienzos de la vida profesional. Muestra de casos de estudio y presencia de un cliente.

376. MARCA PERSONAL

Fabián Carreras [Fabián Carreras | Diseño Gráfico - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

El diseñador emprende la búsqueda de la identidad gráfica de su país para encontrar su propia identidad visual. Presentación de dos nuevos proyectos: Canchero (diseño de canchas de fútbol) y Kollonh (máscaras aborígenes). Sumando una retrospectiva de sus últimos trabajos, logos, discos y afiches, relatados desde la perspectiva de autor.

377. PRESENTACIÓN DEL LIBRO "ARTEFACTOS INVISIBLES. EL LIBRO OBJETO"

Rina Melconian y Pamela Villamar González

[Grafikk estudio de diseño - Chile]

20.00 hs. | Mario Bravo 1050

Trabajo de tesis e investigación sobre el análisis histórico, estructural y crítico de lo que ha sido el importante mundo de los objetos y el mobiliario público. Se hablará sobre las relaciones entre sujeto y objeto, el lenguaje de los objetos, etc. El libro objeto como resultado de esta investigación.

378. PRESUPUESTAR DISEÑO

Jorge Piazza [Editorial Redargenta - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Análisis de un método concreto para adjudicar un precio a los servicios que ofrecen las estructuras de diseño, desafiando el argumento de la intangibilidad de los procesos creativos.

379. PRODUCCIÓN EDITORIAL

Hugo Máximo Santarsiero [Estudio Santarsiero - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Toda la tecnología para el diseño y la producción de diarios, revistas, libros, catálogos y la tecnología multimedial que compartirán estas áreas.

380. SECRETOS DEL RETOQUE CON PHOTOSHOP PARA LA PRODUCCIÓN GRÁFICA. "ESPACIO GUTENBERG"

Marcelo Monzón [Fundación Gutenberg - Argentina]

20.00 hs. | Jean Jaurès 932

Análisis puntuales de los distintos procesos de retoque para lograr que nuestra pieza gráfica sea impresa de manera segura y correcta. Los secretos en el uso del Photoshop y el manipuleo de imágenes en forma intensiva dentro de la producción gráfica. Los conocimientos para la correcta edición de fotografías, ilustraciones y piezas gráficas.

VIERNES 1 DE AGOSTO: 2 ACTIVIDADES

381. FILOSOFÍA TEXTIL

Martín Churba [Argentina]

11 a 13 hs. | Salguero 1433 (Palais Rouge)

Diez Textil es un ensayo audiovisual del Laboratorio de Diseño de Tramando que en diez acciones, describe la Filosofía Textil, nudo y alma de la empresa. Cada acción traspasa el tiempo y las formas investigando su esencia de manera literal y simbólica para transformarse en una manera diferente de cortar, golpear, estampar, doblar, coser, aliar, tejer, vestir, pintar y amar. En Tramando el Diseño es una cuestión trascendental.

382. MESA DE CIERRE DEL ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE DISEÑO 2008

Mario Eskenazi, Norberto Chaves, Martín Churba y Felipe Taborda

13.00 hs. | Salguero 1433 (Palais Rouge)

Conferencias confirmadas al cierre de esta edición

383. PERFIL Y ESTRATEGIA EN EL DISEÑO

Lucas López y Mauro López [Pump Diseño - Argentina]

29 de Julio - 12.00 hs. | Jean Jaurès 932

Casos de identidad corporativa y editorial, tanto de organizaciones complejas como de pequeñas y medianas empresas sustentando el crecimiento y aportando soluciones visuales. El proceso intelectual y la calidad del trabajo en el mundo real, haciendo foco en demandas y objetivos del cliente. Narrativa visual.

384. GUILLERMO STEIN PRESENTA SU EXPERIENCIA CON EL DISEÑO LATINOAMERICANO

Guillermo Stein [Steinbranding - Argentina]

29 de Julio - 18:30 hs. | Mario Bravo 1050

Se propone un recorrido por la experiencia del estudio internacional de branding para televisión. Teniendo la innovación como eje principal que regula su actividad como diseñador latinoamericano, Guillermo Stein comparte su experiencia y la de su compañía. (...)

Stands en Diseño en Palermo 2008



Listado de las Muestras y Posters que se exhibirán en Diseño en Palermo 08

Muestras: Procorp Argentina (Argentina) • Agencia Luz Verde (Argentina) • Bonacorsi Diseño (Argentina) • Milstein & Ravel (Argentina) • Estudio Esegé (Argentina) • Al Patio Estudio (Argentina) • Silvia Le Brun (Argentina) • Bookie Bros (Argentina) • Estudio FBDI (Argentina).

Posters: Universidad Católica Popular del Risaralda – UCPR (Colombia) • Síntesis Design (Argentina) • Estudio Esegé (Argentina) • Eminus - Servicios de Diseño para la Ciencia (Argentina) • Universidad Nacional de Rosario - Facultad de Arquitectura, Planeamiento y Diseño (Argentina) • FinxDuvey Gráficas Argentinas (Argentina) • Universidade Federal de Santa María – UFSM (Brasil) • Taller de Diseño en Comunicación Visual C - Facultad de Humanidades y Bellas Artes / Universidad Nacional de la Plata (Argentina) • Universidade Estadual de Londrina (Brasil) • Universidade do Estado de Minas Gerais (Brasil) • Escuela Superior de Diseño N° 4048 de Rosario (Argentina) • De Cecco Diseño (Argentina) • Estudio Mucho mate (Argentina).



DATOS ÚTILES ¿Cómo llegar a las sedes del Encuentro?

- Sede UP Mario Bravo 1050:** En colectivo: Líneas 140a y b; 128a; 92; 142a; 128a; 109a; 106a; 99a. En subterráneo: Línea B (Estación Medrano) y 8 cuadras a pie. Línea D (Estación Scalabrini Ortiz) y 8 cuadras a pie.
- Sede UP Jean Jaurès 932:** En colectivo: Líneas 29a y b; 106a; 140a y b; 142a. En subterráneo: Línea B (Estación Carlos Gardel) y 5 cuadras a pie.
- Sede Palais Rouge / J. Salguero y Honduras:** En colectivo: Líneas 160; 128a ó 92 y una cuadra a pie. En subterráneo: Línea D (Estación Bulnes) y 7 cuadras a pie.

HOJADEDISEÑOENPALERMO

Hoja de Diseño en Palermo es una publicación periódica que edita la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

Dirección editorial: Oscar Echevarría, Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo - ochev@palermo.edu
Diseño: Constanza Togni - Francisca Simonetti
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación. Mario Bravo 1050, 5° piso. Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C1175ABT)
Tel. (5411)5199 4500 www.palermo.edu

DISTRIBUCION LIBRE Y GRATUITA

