

Estudios y empresas de diseño que exponen en el Encuentro



Medios digitales que difunden Diseño en Palermo 2009

Hasta el cierre de esta edición



Diseño sin fronteras es un espacio de experimentación en el que estudiantes y profesionales provenientes de toda América Latina se reunirán para vivir una experiencia única de integración a través del diseño. Los docentes a cargo, **Gustavo Lento y Diego Pérez Lozano** de la Universidad de Palermo, dictarán tres módulos de 4 horas de duración cada uno:

• **Martes 28**

10 a 14 **REDES** (Gustavo Lento)
15:30 a 19:30 **PÍXEL FUN** (Diego Pérez Lozano)

• **Miércoles 29**

10 a 14 **GRAPHOS AMERINDIOS** (P. Lozano)
15:30 a 19:30 **ATMÓSFERA** (Lento)

• **Jueves 30**

10 a 14 **UNIVERSO** (Lento)
15:30 a 19:30 **LA OTRA MIRADA** (Pérez Lozano)

Las actividades se realizan en la Sede Ecuador 933.

DIEGO PÉREZ LOZANO

Diseñar es pensar de manera visual_Saul Bass

Se propone la generación de un espacio para la creación de talleres con un fuerte carácter experimental, tratando de vincular el propio saber con personas de diferentes países con distintas ideas y vivencias, lo que se espera brinde como resultado una fuente rica en su experiencia y variada en sus expresiones.

El Laboratorio de experimentación visual "Diseño sin fronteras" puede tomarse como formato didáctico para la generación de innovadoras piezas de amplio formato, tanto físico como conceptual, y concebidas en procesos de hipótesis-experiencia, ejercitando la capacidad creadora y proyectual de cada participante del workshop.

Se busca sea un espacio de carácter participativo, de creación, reflexión y producción, con un caudal de participantes exponiendo la representación de sus ideas en diversos soportes y formatos, en ejercicios individuales y grupales, cuyas temáticas estén ligadas a la comunicación visual, y su objetivo el de generar actividades destinadas a estimular la creatividad y percepción del actuante.

PÍXEL FUN. Martes 28 de julio, 15:30 a 19:30

El arte del pensamiento pixelado, macro y micro mirada en diseño gráfico.

Entre el mosaísmo veneciano y eBoy, un recurso aún no explorado.

Una experiencia única tanto por su temática como por sus elementos, dimensiones y alcances. Un modo de representación que conlleva la génesis de la dicotomía, lo análogo y lo digital unidos en una experiencia que propone un desafío, no sólo gráfico sino conceptual: pensar en términos de diseño es la clave para obtener el mejor resultado en procesos de comunicación visual, y aquí es la economía uno de los recursos máspreciados.

El workshop intensivo propone graficar con lenguaje pixelado en amplios formatos, y a partir de su desarrollo técnico obtener alto impacto en el observador, innovando en el modo cómo se analizarán los resultados, ya que lo producido se expondrá en un contexto urbano real como la calle de la ciudad, tapizando el frente del edificio para volver al peatón participé y juez de la obra.

Recomendaciones para los asistentes: Se recomienda a los participantes visualizar y analizar gráficamente imágenes pixeladas, siendo posible realizar bocetos previos al workshop. La universidad ofrece los materiales para la realización del workshop.

GRAPHOS AMERINDIOS. Miércoles 29 de julio, de 10 a 14
Creación y expresión caligráfica de corte experimental a gran tamaño.
Cercano a los tags del streetart, los graffitis y la caligrafía ignorada.

Fluidez gráfica y narrativa lograda por un gesto único, el ductus, que libre se maneja en el espacio gráfico para generar composiciones, y en donde aún sin dibujar letras existe la sensación de leer, debido a sus trazos en una puesta casi editorial.

Arte en energía activa, mente, espíritu y corazón en sinergia para expresar a través de graphos una identidad propia. Descubrir la vida interior de las formas en la representación personal de un trazo, un experimento gráfico cercano a la caligrafía de vanguardia, expresada en atrevidos formatos gigantes!!

Inspiración en una serie de trazos vivos que oficen gráficamente como un sistema de signos creados como líneas danzantes, graffiteando el soporte volviendo los dibujos como signos mutantes, y hasta oníricamente transformándola en una (im)possible escritura única de Latinoamérica unida. Recomendaciones para los asistentes: los participantes fabricarán o traerán diversos elementos de graficación tales como: pinceles, brochas, plumas y marcadores anchos, cans cap XS y otros, que aporten al concepto del workshop.

LA OTRA MIRADA. Jueves 30 de Julio, de 15:30 a 19:30

Creación de personajes con objetos socialmente descartados.

Una experiencia de amplio espectro, entender el contexto a partir de la propia vivencia será crucial para este ejercicio. Qué vincula a Dalí, Bretón o Fukuda sino el cambio en la percepción de lo que se observa? Qué ven algunos que otros mirando lo mismo no logran descubrir? Cómo se desarrolla de creatividad en las personas? Las respuestas a estos interrogantes no están sino en la propia palabra que la define: Ver no es igual a Mirar. Adiestrar la mirada, agudizar el ingenio y trazar puentes conceptuales entre hechos parece convertirse en la razón del desarrollo creativo en el individuo, y es a donde coloca este workshop sus objetivos, a través de una introducción teórica se descubre la propuesta práctica que los integrantes del workshop desarrollarán durante la jornada. Orientado al desarrollo de la creatividad aplicada tanto a Diseño Gráfico como a Publicidad.

Recomendaciones para los asistentes: los participantes deberán poseer cámara de fotos y cable USB para el desarrollo del laboratorio.

Diego Pérez Lozano es Diseñador Gráfico egresado UBA, docente Tipografía y Diseño de Packaging 1.2.3 Coordinador especialización en Packaging en UP. Adjunto Tipografía 1 UBA. Docente de Innovación y Tipografía ESCP. Cursó asimismo la carrera pedagógica, es académico por definición y se especializó en la investigación y análisis de los fenómenos de expresión urbana.

GUSTAVO LENTO NAVARRO

Core Concept Planner _ Concertación interdisciplinaria para la creación de conceptos.

Core Concept Planner propone una actividad centrada en la formación de los responsables de la creación, profundización, descubrimiento, desarrollo y planificación de nuevos conceptos para la realización creativa. Para ello los CCP recorren experiencias para la creación de estos conceptos. Estas experiencias se basan en la exploración de los sentidos, el diálogo, el juego y los acuerdos en un formato de concertación. En el Encuentro Latinoamericano de Diseño 2009 y en el marco de Diseño sin Fronteras realizaremos el "Experiencia Mandala".

Objetivos: • Identificar los nuevos conceptos que podrán generar los nuevos paradigmas • Conocer el proceso de creación de conceptos • Inferir las herramientas ante la generación de conceptos • Interpretar las acciones lúdicas como conceptos • Señalar actitudes y comportamientos so-

ciales como plataforma hacia los conceptos • Distinguir tema – idea – concepto • Aplicar los conceptos para la creación de objetos contemporáneos • Construir mapas de conceptos • Observar como herramienta hacia la deducción de un concepto • Elaborar metáforas que logren la interpretación de un mensaje • Simular el proceso de concertación para la creación de los conceptos 2010 • Valorar positivamente las acciones grupales ante la creación de conceptos • Apreciar la diferencia de criterios como disparador de nuevos posibles • Reaccionar acorde a premisas elaboradas para logros efectivos • Poner en acción el juego como disparador de conceptos • Prestar atención a los sentidos que manejan la percepción • Tolerar los límites de la mirada.

Experiencia Mandala. Redes - Atmósfera - Universo

Cuando una cultura encuentra el sistema de representación de sus percepciones encuentra un lenguaje que le es propio. La creación de lo propio, de lo particular, de lo originario está en la conciencia activa de Latinoamérica, un pueblo que crea lengua, un pueblo que fusiona cultura. "Experiencia Mandala" propone el encuentro del hombre primitivo y su búsqueda de un lenguaje visual que represente su macrocosmos. Cuando las palabras tejen redes, los sentidos crean atmósferas, y las percepciones nuestro universo, "Experiencia Mandala" representa simbólicamente el lenguaje propio y originario de Latinoamérica para la creación de conceptos. La experiencia nos hará encontrarnos con nuestro ser primitivo transitando acciones lúdicas, simbólicas, conectando todos nuestros sentidos. "Experiencia Mandala" fusiona mente, cuerpo, sentidos en un acto común como motor para la creación de nuevos conceptos.

REDES. Martes 28 de julio, de 10 a 14

Con la "Experiencia Mandala Redes" transitaremos la relación entre palabra, imagen, cuerpo y lenguaje, tejiendo redes de significación que simbolizan la experiencia de unión y fusión de diferentes conceptos. Recomendaciones para los asistentes: Para esta experiencia los participantes deberán venir con ropa cómoda y un ovillo de lana de color (se podrá comprar este material en Scalabrin Ortiz y Córdoba).

ATMOSFERA. Miércoles 29 de julio, de 15:30 a 19:30.

Con la "Experiencia Mandala Atmosfera" transitaremos la relación entre palabra, imagen, movimiento, sonido y percepción, diagramando imágenes que representan de manera simbólica la experiencia sonora visual de un pueblo y con ello la creación de conceptos. Recomendaciones para los asistentes: Para esta experiencia los participantes deberán venir con ropa cómoda.

UNIVERSO. Jueves 30 de julio, de 10 a 14

Con la "Experiencia Mandala Universo" transitaremos la relación entre palabra, imagen, tribu, unión y percepción, generando mapas que representan de manera simbólica la integración de un pueblo y con ello la creación de conceptos.

Gustavo Lento Navarro. Alquimista. Chaman que interpreta visiones, mira el horizonte y construye utopías. Especialista en nuevos posibles. Por el resto, googleame.

Profesor invitado: Demián Schwarcz. Maestro Nacional de Música, Instrumentista Especializado en Piano Jazz. Maestro de música en jardines de Infantes, escuelas primarias y secundarias. Trabajó en teatro y televisión. Formó parte de orquestas de tango y de jazz. Actualmente integra un trío de música clásica, un show de tango y un trío de jazz. También integra el dúo de tango "De taquito" con el que realizó dos giras por Europa. (www.tangodetaquito.com.ar)

I Conferencia de Invitado de Honor. Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación "Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

Durante el Encuentro 09 se desarrollan más de 300 conferencias, talleres y laboratorios. Para participar en las actividades es condición inscribirse al Encuentro Latinoamericano de Diseño a través del siguiente link (hasta el 26 de junio): http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2009/00_inscripcion/index.php

No hay inscripciones individuales por actividad. En ninguna de las actividades se reserva vacante. Se permite el acceso a las mismas hasta cubrir la capacidad del lugar. Se sugiere a los asistentes que se acerquen al aula de la actividad a la que quieran asistir, aproximadamente media hora antes del comienzo de la misma.

SEDES Y HORARIOS

Los días 28, 29 y 30 las actividades se realizan entre las 10.00 am y las 9:30 pm en las sedes Mario Bravo 1050, Jean Jaurès 932 y Ecuador 933 (hay 5 cuadras de distancia entre la primera y la segunda, y una cuadra de distancia entre la segunda y la tercera) (ver mapa de sedes en pág. 03) El 31 de julio, el evento se desarrolla únicamente en la sede Salguero 2686 (Salguero Plaza) entre las 10 am y las 3 pm. Ese día se realiza también la entrega de certificados a los asistentes (deben retirar su diploma presentando su credencial de acreditación al Encuentro). (Ver la Guía del Participante en pág. 02)

Los siguientes íconos identifican cada actividad según su categoría:

I Conferencia de Invitado de Honor. Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación "Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs

T Talleres. Duración: 2hs30'

La institución organizadora no se hace responsable de los contenidos, opiniones y/o imágenes de las presentaciones que se realizan, de los materiales y/o publicaciones que se distribuyan. Las mismas son de absoluta responsabilidad de sus autores.

MARTES 28 DE JULIO: 101 ACTIVIDADES

001. REDES. Laboratorio de Experimentación "Diseño sin fronteras"

Gustavo Lento Navarro [UP - Argentina]
10:00 hs. | Ecuador 933

Con la "Experiencia Mandala Redes" transitaremos la relación entre palabra, imagen, cuerpo y lenguaje, tejiendo redes de significación que simbolizan la experiencia de unión y fusión de diferentes conceptos.

Recomendaciones para los asistentes: Para esta experiencia los participantes deberán venir con ropa cómoda y un ovillo de lana de color (se podrá comprar este material en Scalabrini Ortiz y Córdoba)

002. A INFLUÊNCIA DO VESTUÁRIO NA PROTECÇÃO DA PELE DOS EFEITOS DA RADIAÇÃO ULTRAVIOLETA

Jorge Neves [Universidade do Minho - Portugal]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

A protecção da pele contra os efeitos da radiação solar é objecto de consciencialização em todo o mundo. É objectivo deste trabalho estudar a influência da estrutura dos tecidos, da cor, da humidade e dos acabamentos químicos e absorventes da radiação UV, na protecção conseguida com os tecidos. Foram usadas fibras biodegradáveis, no-

meadamente algodão, milho, soja, bambu e suas misturas. A quantificação da influência de todos estes parâmetros é certamente um factor muito importante no design de vestuário, de maneira a permitir uma protecção adequada da pele e consequentemente um contributo importante para o bem-estar da população.

003. BRANDING SIMBÓLICO

Andrea Pol [Andrea Pol Branding Simbólico - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

Branding simbólico. Simbolismo gráfico, espacial y cromático de marcas. 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.

004. CLAVES PARA EL ÉXITO EN LA CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS

Eugenio Álvarez del Valle [Madex Games Engine - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

Claves que convierten a un emprendimiento en una empresa sólida de diseño y comunicación. Se enmarca dentro de la temática de Negocios propiciando el desarrollo independiente de los profesionales del área. Cómo un emprendimiento, que comenzó sin capital, puede convertirse en empresa sólida. La planificación como clave.

005. DEL PROYECTO AL PRODUCTO.

ADMINISTRANDO UN PROCESO EXITOSO

Cristóbal Sebastián Papendieck | Martín Boschetti | Martín Ries Centeno [Didimo | Designing Solutions - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

La administración de proyectos (*Project Management*) es una herramienta que cada día se aplica más en los desarrollos de diseño. A partir de metodologías y procedimientos permite entender y controlar los tiempos, costos, objetivos y el alcance de los proyectos. Se convierte en un factor estratégico para empresas fabricantes y estudios de diseño, ya que está directamente relacionada a los conceptos de competitividad y negocio. ¿Qué es un proyecto? ¿Cómo es el ciclo de vida y como se estructura un proyecto? ¿Cómo presupuestar un proyecto de diseño? ¿Quiénes son los actores intervenientes? ¿Cómo controlar riesgos? ¿Cuándo finaliza un proyecto?

006. DESIGN INDUSTRIAL: UMA ABORDAGEM ACADÊMICA BRASILEIRA

Jacqueline Ávila Ribeiro Mota | Jairo José Drummond Câmara [Universidade do Estado de Minas Gerais - Brasil]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Apresentar um histórico da Escola de Design da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), sua abordagem acadêmica e suas perspectivas no contexto ao qual está inserida.

007. DISEÑANDO UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

Norberto Ariel Santangelo [Grupo Multimedios Vivirsano - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Los principios tácticos y estratégicos básicos y necesarios para poder plasmar un medio de comunicación en el mer-

cado, con un enfoque dinámico y abarcativo poniendo el eje en el área comercial. ¿Qué es un medio de comunicación? ¿Dónde está el negocio editorial hoy? El rol estratégico de un medio de comunicación.

008. DISEÑO 2.0. LAS POSIBILIDADES DEL DISEÑO GENERADO POR EL USUARIO

Raul Carlos Drelichman | Marina Bottacchi [Universidad Maimónides - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Las principales ventajas de las aplicaciones *online* dentro de un entorno Web 2.0 (contenidos generados por el usuario) específicamente para el diseño de indumentaria informal (remeras). Actualmente, la Web se ha vuelto mucho más colaborativa: es un lugar donde el internauta no sólo ve contenidos sino que puede tomar partido editando contenidos existentes o creando los propios, gracias a las nuevas tecnologías que permiten que los usuarios interactúen mutuamente en tiempo real. Desde una perspectiva interdisciplinaria, consideramos vital el análisis de la Multimedia aplicada a los proyectos Web desde todos los ángulos posibles

009. EL ROL DEL DIRECTOR DE ARTE EN LA CREACIÓN DE LA IMAGEN AUDIOVISUAL

Gabriela Chistik [Gabriela Chistik Estudio Particular - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Una oportunidad para descubrir y profundizar el proceso de trabajo del Director de Arte en las producciones audiovisuales (Cine, Televisión y Publicidad). Con la convicción de poder aportarles las bases conceptuales y pragmáticas de esta apasionante profesión.

010. ESTRUCTURAS ADAPTABLES APLICADAS AL DISEÑO Y LA ARQUITECTURA

Ricardo Franco Medina [Universidad Jorge Tadeo Lozano - Colombia]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

La investigación estructuras adaptables sostiene que el hábitat arquitectónico actual se presenta en su mayoría rígido, estático e inmodificable haciendo casi imposible futuras transformaciones, así como cambios de forma y de espacio en el tiempo con fines adaptativos. Este proyecto investigativo asevera que la adaptabilidad y capacidad de transformación es una necesidad de la sociedad misma, y que la arquitectura y el diseño actual deben dar respuesta a ésta necesidad de cambio. Es aquí donde aparecen los sistemas móviles que aunados con la cibernetica se perfilan hoy como una de las formas más eficiente para producir respuestas adaptativas.

011. FOTOGRAFHER (MAC OS X & PC): CREACIÓN DE TIPOGRAFÍAS DIGITALES

Daniel Gonzalez [FWD / A.A.A.P. - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula SUM

La tipografía es uno de los recursos más importantes con que cuenta un diseñador en su tarea de comunicar, con aplicación ilimitada, tanto en formatos impresos como electrónicos. Fontographer es el software de diseño para la creación de tipografías. Elegido universalmente por tipógrafos y diseñadores profesionales, Fontographer hace posible el diseño de tipografías digitales desde cero o modificar fonts existentes, operando en diferentes planos de edición (*PostScript* y *bitmap*) con herramientas específicas para manipular todos los parámetros de una fuente tipográfica y su utilización como font normalizada para los entornos de Mac y PC.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

012. IMAGINEERING

Rolando Meyer [Elevate - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

La integral de la función Ingeniería + Diseño + Marketing. Desde la visión sobre los métodos y procesos de la ingeniería, la visión sobre las estrategias y tácticas del marketing y la solución funcional, formal y tecnológica de los productos-servicios-experiencias de un diseñador.

013. INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE

Antonio Carlindo [Universidade Veiga de Almeida - Brasil]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.3

O estudo da inovação e da criatividade e seus mecanismos de coerência e coesão. Para tanto, parte-se simultaneamente de três enfoques: a concepção, os processos e os resultados. Ao final da oficina o participante tem como desafio apresentar uma idéia criativa e inovadora, além de produzir uma exposição inovadora, que deverá ser construída em grupo.

014. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO PRECOLOMBINO

César Sonderegger [UBA - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9 (Esta actividad tendrá una duración especial de 2 hs. 45 min.)

El estudio del diseño precolombino y su análisis sistematizado plantea conocer la colosal iconografía habida en la América antigua durante tres mil años. Propone cambiar la insólita situación, suscitada durante los últimos doscientos años, donde se han realizado extraordinarios estudios arqueológicos e históricos quedando como asignatura siempre pendiente la investigación de los diseños y de la obra plástica generada por ellos. Se analizará la iconografía nacida como transmutación de ideologías en diseños morfológicos, de como el pensar mítico-religioso pasó de abstracciones intelectuales a configuraciones gráficas, cromáticas y/o volumétricas, de conceptos metafísicos a pensamientos visuales.

015. LA ESTÉTICA EN EL CINE INDEPENDIENTE

NORTEAMERICANO
Fabián Iriarte [UP - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

Desde sus constantes estéticas y su diseño contextual el taller aborda la diferencia existente entre este cine de *low budget* y el de industria. Su propuesta estética y su diseño de producción, que lo potencia a historias personales y de carácter esencialmente social. La clase B como estética del subgénero hasta el actual *indie film*, que categoriza su arte en desterrar el *american way of life* o de entronizar el desencanto que deviene en sus condenados personajes.

016. POLÍTICAS PRIVADAS DE PROMOCIÓN DEL DISEÑO LATINOAMERICANO

Paolo I.G. Bergomi [Bergomi SCA / Gruppo Bergomi - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Sindmoveis organiza la feria Movelsul Brasil que en 2008 tuvo más de 34 mil visitantes de 58 países. En 2007 lanzó la Casa Brasil, que tiene el objetivo de exponer productos contemporáneos de alto nivel. Sindmoveis promueve también el Salao Design - concurso de diseño de productos que tiene el objetivo de incentivar la creatividad y la innovación por medio del diseño. En 2009, participaron cerca de 1.000 proyectos, los premiados y seleccionados son expuestos en un lugar destacado dentro de las ferias Movelsul Brasil y Casa Brasil.

017. QUADRINHOS E IDEOLOGIA

Artur Lopes Filho [Unilasalle - Brasil]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

A questão da ideologia existente nas páginas das inúmeras histórias em quadrinhos, presente até os dias atuais, refletindo sobre a intencionalidade – mesmo que indireta – de suas produções, expondo como elas idealizam sim um modelo de sujeito social (seja ele bom ou mal, opressor ou liberal). Promovendo uma viagem através de alguns clássicos das HQ's, será buscado expor a ideologia existente por de trás do entretenimento proposto e igualmente, expondo, aquilo que Superman, Capitão América, Mafalda e outros nos comunicam e, por assim dizer, esperam, que nós leitores, venhamos a nos tornar.

018. QUÉ APRENDEMOS CON "EL PRINCIPIO / LE PETIT PRINCE" ACERCA DE DISEÑO Y DIBUJO

Ângela Pinto Rangel [Comfoco - Endomarketing - Brasil]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.4

Ánalisis alegórico acerca de los fundamentos del diseño basado en citas de uno de los libros mas populares del mundo, que admite diversas lecturas poéticas y enseñanzas morales. Desde un buen *brief* hasta la presentación de un proyecto. Ejercicios de experimentación y creatividad a partir de los fundamentos dilucidados.

019. REALIZACIÓN DE GEOMETRALES: CORELDRAW O ILLUSTRATOR?

Cynthia Smith [UBA - UP - UB - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Que el alumno, comience a utilizar el *software* que crea conveniente, con el fin de incorporarlo a su labor diaria, tanto en tareas universitarias, como en su trabajo, diseñando y dibujando. Que descubra que puede realizar sus propios diseños, teniendo simplemente la base de las principales herramientas, para luego seguir perfeccionándose en la práctica diaria. Poder incorporar diferentes tipos de rellenos, para entender el geométral de confección y el surgimiento del geométral de producto.

020. SIMBOLOGÍA Y DISEÑO. IMPACTO Y ESTIMULACIÓN AL INCONSCIENTE

Verónica Alvarado [Espaces Vivos - El Salvador]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

El uso de los símbolos de forma consciente y positiva, tanto para el diseño gráfico como de espacios, el uso de imágenes y los códigos numéricos, de psicología del color y formas geométricas para estimular de manera efectiva nuestras acciones, emociones y generar equilibrio y salud. Ejemplos del uso inadecuado del color y demás elementos. Diseño Holístico, el diseño encaminado al equilibrio del ser humano.

021. STENCIL. ARTE URBANO

Sergio Mendoza [Escuela de Negocios Universidad Católica de Salta - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

Origen y evolución de la técnica, graficada con más de 100 ejemplos de trabajos realizados en el país y en otros lugares del mundo. Aprendizaje y dominio de la técnica con la confección de una plantilla y posterior estampado.

022. CONFERENCIA 1 | NORBERTO CHAVES

Norberto Chaves [Argentina]
11:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula Aula Magna

023. CLAVES PARA LA GESTIÓN DE UNA EMPRESA TEXTIL

Diego Czernuszka | Marisol de la Fuente [Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Las herramientas necesarias para gestionar, desde lo comercial y lo tecnológico, una empresa textil, o futuro emprendimiento como lo hacen las grandes textiles de Argentina. Cómo más de 4.000 empresas del sector operan diariamente en sus más de 20.000 puestos de trabajo utilizando Lince Indumentaria, una solución inteligente y modular que resuelve las distintas instancias de la actividad.

024. COLOR MANAGEMENT EN PHOTOSHOP (COMO USAR PERFILES)

Pablo Gironelli [Interfase - Aruba]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Los participantes tendrán una clara noción de cuáles son los atributos de los perfiles, por qué es necesario el uso de los mismos con el fin de lograr una consistencia en el color de la imagen durante todos sus procesos y su correcto uso y aplicación

025. CONFIGURACIÓN GRÁFICA EDITORIAL

Ricardo Acosta García [Acosta García - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Presentación del libro Configuración Gráfica Editorial, editado en octubre de 2008 por la editorial Redargenta. "¿Qué haría si una editorial me encargara el diseño de un diario? ¿Dónde empezaría, qué pasos seguiría?". Esas son, en definitiva, las preguntas a las que este libro propone dar respuesta. A través de un análisis sintético de características, tendencias, elementos y estilos visuales, se llega a categorizarlos y ordenarlos para desembocar en una propuesta de proceso de diseño editorial, útil a la hora de guiar el complejo camino del diseño gráfico de publicaciones editoriales periodísticas.

026. CUANDO EL DISEÑO GRÁFICO SE MUEVE, APARECE EL MOTION GRAPHICS

Carlos Guillermo Andreau [Free Lance - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

En los últimos años las imágenes en movimiento fueron ganando espacios sobre las imágenes estáticas, comenzando desde los títulos del cine, hasta llegar a Internet, sin dejar de lado la televisión. ¿Qué sabemos realmente del *Motion Graphics*, además de lo que vemos? ¿Qué sabemos acerca de las bases teóricas, sobre los elementos que lo componen, su historia y su impacto sobre las otras disciplinas que lo integran? Repasar la historia y plantear algunas preguntas sobre su relación con diferentes disciplinas es el objetivo que persigue esta conferencia.

027. CULTURA DENIM POR SANTANA TEXTILES

Alejandro Ogando [Santana Textiles - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

La empresa Santana Textiles presentará las últimas tendencias de moda en denim y sus lavados.

028. EL DISEÑADOR COMO EMPRENDEDOR EN INTERNET Y AGENTE DE CAMBIO

Martín Bernardo Vivas [Martín Vivas Estudio de Diseño - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Con los 15 minutos de fama de la Web 2.0 bordeando el pasado, es hora de analizar, lejos de las *buzzwords* y la crisis, lo que de verdad quedará en la historia. Un mayor enfoque al cliente/usuario la importancia creciente de la transparencia,

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

la fuerza de las comunidades y la simplificación de procesos son sólo algunos de los grandes cambios estructurales que se empiezan a ver en todo tipo de ámbitos, desde los *blogs* personales hasta las grandes empresas, pasando por partidos políticos y medios de comunicación. Esto fue en gran medida ayudado por la nueva generación de diseñadores que combinaron lo visual, la experiencia de usuario y la arquitectura de información con una perspectiva de negocio, y han sabido hacerse valorar.

029. EL DISEÑO COMO ESTRATEGIA EN LA CREACIÓN DE EMPRESA

Hugo Fernando Jimenez Romero [Disar - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Cada día son más los diseñadores que se reciben en todas las áreas, siendo cada día menos las oportunidades de empleo; por esta razón se debe inculcar en estos futuros profesionales la cultura de generación y puesta en marcha de empresas con prestigio y calidad. Basados en sus conocimientos y conceptos de gestión estratégica, sugestionándolos con la idea del trabajo multidisciplinar en organizaciones sólidas, con proyección de mejora y propuesta continua de objetos y conceptos que incrementen la calidad de vida de los consumidores y usuarios; siendo protagonista durante el ciclo de vida del producto. Concepto / Fabricación / Comercialización.

030. LA INFLUENCIA DE LA GRÁFICA

POPULAR MEXICANA EN EL DISEÑO GRÁFICO

Gilberto Damián [Plan B Diseño y Publicidad, S.C. - México]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Compartir con las nuevas generaciones de diseñadores, las aportaciones que la gráfica popular urbana ha logrado plasmar en el diseño contemporáneo, a través de diversas aplicaciones publicitarias tanto en imagen como en sonido.

031. O EMACUMBADO E AS PROBLEMÁTICAS

Nicolau Centola | Fabrizio Poltronieri [Unifieo - Brasil]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Esta é uma performance seguida de oficina (taller). O projeto de design audiovisual envolve uma produção na qual três performers, vestindo roupas com sensores de movimento estão fisicamente conectadas por meios de cabos a um laptop que reproduz uma produção musical de 22 minutos e interagem sonoramente com a música, à medida que dançam. Enquanto isso, outro laptop projeta em tempo real imagens de um preto velho sobre os performers e sobre um telão ao fundo. Uma quarta performer recita, em um megafone, a poderosa prece do preto velho.

032. PLANIFICACIÓN PROFESIONAL. LOS DO'S Y DONT'S DESPUES DE LA UNIVERSIDAD

Pedro Leme [Laika Design - Brasil]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Advertir al estudiante acerca de cómo funciona el mercado de trabajo, y cómo desarrollar un enfoque profesional para convertirse en un profesional que desee, y crear un objetivo fundamental y objetivos de una buena orientación profesional.

033. PROYECCIÓN DE EL OJO DE IBEROAMERICA 2008

Ana Degiuseppe [Latinspots - Argentina]
12:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Proyección del *reel* que muestra todo lo sucedido dentro del marco del Festival, las mejores piezas publicitarias, aquellas que poseen las ideas más innovadoras y que mar-

caron tendencia en la región. Lo mejor de las conferencias, muestras, proyecciones y ganadores de la X Edición del Festival. Sorteo de 3 entradas para las conferencias de El Ojo 2009.

034. BRANDING Y MARCAS

Márcio Miranda de Araujo [Instituto Federal de Educação Tecnológica - Brasil]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

La ampliación de la mirada de los diseñadores gráficos para desarrollar la construcción de marcas a través del *branding*. Los proyectos existentes en el mercado.

035. DISEÑO DE TECNOLOGÍAS EN COMUNICACIÓN

Luis Alberto Sorgentini [Universidad Nacional de La Plata - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

La arquitectura de las innovaciones para la comunicación eficiente en un estado de la técnica y la cultura. Comunicación, es un proceso altamente complejo, intervienen tantos elementos que Niklas Luhmann ha llegado a afirmar que su probabilidad sería nula sin medios simbólicamente generalizados. Diseñar Tecnología en comunicación es la puesta a punto de dispositivos lingüísticos, paralingüísticos y prácticas generalizables, con la finalidad de intervenir en el flujo discursivo.

036. ENERGÍA & DISEÑO

Maximiliano Zito [MZdiseño y Asociados - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

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.

037. PÍXEL FUN. Laboratorio de Experimentación "Diseño sin fronteras"

Diego Pérez Lozano [UP - Argentina]
15:30 hs. | Ecuador 933

El arte del pensamiento pixelado, macro y micro mirada en diseño gráfico. Entre el mosaísmo veneciano y *eBoy*, un recurso aún no explorado. Una experiencia única tanto por su temática como por sus elementos, dimensiones y alcances. Un modo de representación que conlleva la génesis de la dicotomía, lo análogo y lo digital unidos en una experiencia que propone un desafío, no sólo gráfico sino conceptual: pensar en términos de diseño es la clave para obtener el mejor resultado en procesos de comunicación visual, y aquí es la economía uno de los recursos máspreciados.

El *workshop* intensivo propone graficar con lenguaje pixelado en amplios formatos, y a partir de su desarrollo técnico obtener alto impacto en el observador, innovando en el modo cómo se analizarán los resultados, ya que lo producido se expondrá en un contexto urbano real como la calle de la ciudad, tapizando el frente del edificio para volver al peatón participé y juez de la obra.

Recomendaciones para los asistentes: Se recomienda a los participantes visualizar y analizar gráficamente imágenes pixeladas, siendo posible realizar bocetos previos al *workshop*. La universidad ofrece los materiales para la realización del *workshop*.

038. METODOLOGÍA CREATIVA + SOSTENIBILIDAD

Maria de los Angeles Estrada Vigil | Natalia Hojman [Minimahuella - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Metodología creativa a través de la experiencia como estudio de diseño MHU! Minima huella. Teniendo como guía de trabajo el diseño y la sostenibilidad se dará un marco teórico metodológico para despertar en los participantes su capacidad de generar nuevas ideas a través de herramientas de creatividad: *brainstorming*, mapeo de pensamiento, *scamper*, analogías, etc. Transpolar estas herramientas a su campo de acción. La creatividad puede ser definida como 'todas las maneras de pensar que llevan a algo nuevo y útil para el pensador'.

039. MODELADO EN PLÁSTICO

Gelbert Alfonso Santamaría | Hugo Armando Gonzalez Sandoval | Jorge Arturo Torres Pemberti [Atlantis 3D Estudio Diseño Ltda. - Colombia]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

A lo largo de la historia, el hombre ha ido conociendo y apropiándose de diferentes materiales; primero trabajó la piedra, luego los metales y últimamente los plásticos, los cuales han ido reemplazando magistralmente a los otros debido a sus características de peso, resistencia, economía y facilidad de producción. Los plásticos en la actualidad se utilizan para el desarrollo y construcción de múltiples componentes tales como carcasa, recipientes, piñones, tejas, divisiones, manijas y muchos más. Teoría y práctica sobre el plástico y su manejo, formulación, cuidados al manipularse y consejos.

040. PENSAR EL DISEÑO COMO UN NEGOCIO

Osvaldo Olivera [A4 Diseños - Paraguay]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula SUM

Las industrias creativas, entre las cuales está inserto el Diseño, mueve en el Mercosur alrededor del 10% del PIB de la región, esto significa una inmensa cantidad de oportunidades de generar dinero a través del diseño, en este taller se pretende dar a los participantes la metodología de presentación, redacción y cálculo de proyectos comerciales de diseño

041. PRINCIPIOS ORDENADORES DEL DISEÑO

Juan Fernando Molina del Valle [Le Cube Arquitectura Comercial - Colombia]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Con el desarrollo de los ejercicios a realizar en la actividad, el alumno podrá aplicar, mediante ejercicios lúdicos, los conceptos básicos del diseño, estableciendo parámetros y buscando alternativas que desarrollen su creatividad y capacidad motriz estableciendo pautas que determinen el desarrollo de los conceptos del diseño.

042. VIDEO ARTE & CULTURA QUEER

Erica Valeria Koleff | Romina Martinez [Hemi - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

El arte es una herramienta privilegiada para pensar y producir cambios sociales; por eso, es esencialmente afín al espíritu *queer* que enfrentado a los patrones culturales hegemónicos, supone un espacio de expresión donde estética y política se fusionan para dar lugar a un activismo desobediente, de transformaciones culturales e institucionales para lograr la inclusión social y la igualdad civil de personas estigmatizadas, discriminadas, perseguidas, reprimidas y excluidas. Es por eso que el objetivo de este

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

taller es poner práctica esta forma de resistencia, mediante la realización de un video-minuto, por equipo, para su posterior proyección y debate.

043. CI+P, DISEÑO COMO VALOR PARA MYPES DE CLASE MUNDIAL

Inés María Claudia Tealdo Kenkel | Mario Rubén Dorochesi Fernandois [Universidad Técnica Federico Santa María - Chile]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Interacción con mercados globales para productos y servicios chilenos. Los esfuerzos de actores empresariales se orientan a llevar adelante reestructuraciones de estrategias con el fin de enfrentar con mayores probabilidades de éxito, el desafío de la internacionalización. Sin embargo, se hace notoria la ausencia de propuestas enfocadas sobre productos culturales. Cómo el diseño puede convenir un desarrollo de "Productos/Experiencia Cultural", planteando dinámicas de trabajo que asocian especialistas de diseño y artesanos para la generación de alternativas de calidad.

044. COLECTIVO PASTODISEÑA: UNA INTERPRETACIÓN DE LA GESTIÓN DE DISEÑO

Danilo Calvache Cabrera | José Vicente Dueñas Lasso [Universidad de Nariño - Colombia]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Introducción básica hacia la gestión de diseño y el contexto donde ésta se desenvuelve. El paralelo entre las estrategias que desarrolla la gestión de diseño dentro del entorno empresarial y la interpretación de estas dentro del entorno social. El ejemplo del colectivo pastodiseña. Estrategias dentro de un marco de desarrollo que puede ser implementado en otros contextos.

045. DIGITALIZAÇÃO, TRANSVERSALIDADE, UBIQUIDADE E O LABORATÓRIO INTERDISCIPLINAR POSSÍVEL

Leonardo G. Oliveira Gomes [Ponto Desenvolvimento de Produto Ltda. - Brasil]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Diálogo e negociação sobre algumas mudanças conceituais na forma de interpretar o desenvolvimento do produto na totalidade de seu ciclo de vida sob a ótica da informação, suas transformações, relações e formas adquiridas.

046. DISEÑO EN MODA A TRAVÉS DE ESCENARIOS CONCEPTUALES

Oscar Enrique Hernández Becerra [Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena - Colombia]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Esta conferencia ofrece a los participantes una herramienta de creación basada en la construcción de escenarios conceptuales que permitan desde las formas, las texturas, sensaciones y colores la generación de nuevos productos, convirtiéndose en una excusa para el diseño de indumentaria en un mundo caracterizado por la venta de conceptos y no de productos. A su vez, permitirá la creación de historias que se conecten emocionalmente con los consumidores y que posibiliten la canalización de un concepto, ofreciéndole al consumidor la posibilidad de percibir nuevas sensaciones que lo lleven a preferir mis productos sobre otros, creando una personalidad de producto.

047. DISEÑO, IMAGINACIÓN Y CREATIVIDAD (Nodo de la investigación psicodelia productual)

Edward Zambrano Lozano [Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

La imaginación es la facultad que se tiene de generar representaciones mentales, es como lo opuesto a estar presente, o como la condición de creer que algo es cierto cuando no lo es, y la creatividad se puede definir como un proceso intelectual caracterizado por la originalidad, el espíritu de adaptación y la posibilidad de hacer realizaciones concretas, mediada por actitudes o maneras de percibir las "cosas" que involucra el deseo de probar nuevos métodos y/o resultantes de hacer algo y el reconocimiento de que hay más de una forma de resolver un problema.

048. EL DISEÑO EN CIFRAS: DATOS ESTADÍSTICOS SOBRE EL DISEÑO EN ARGENTINA

Federico Paterson | Helena Marchini [INTI - Instituto Nacional de Tecnología Industrial - Argentina]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

En un año de crisis económica internacional, qué dicen las estadísticas sobre el mercado laboral del diseño en Argentina. Comparación entre las cifras del 2008 y el 2009. La demanda de diseñadores, según las diferentes especializaciones de diseño. Nivel de salarios según disciplinas. Modalidad de contratación predominante. La oferta académica del diseño. Y más...

049. INVESTIGAR EN DISEÑO

Verónica Devalle [Conicet. Profesora UP - Argentina]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

La diferencia entre la actualización de información y la producción de conocimiento en las disciplinas proyectuales. Se partirá de una distinción entre problema de la realidad y problema del conocimiento, que marca –entre otras cuestiones- la diferencia entre un trabajo de grado y otro de maestría y doctorado. Se reflexionará acerca de la existencia del pasaje de un problema que busca una solución de índole proyectual a otro tipo de problema: la problematización de los conceptos, las teorías, las metodologías y las formas de intervención del proyectista en el mundo.

050. PUBLICIDADE EM COBERTURAS ARQUITECTÓNICAS COM APLICAÇÃO DE TINTAS INTERACTIVAS

Jorge Neves [Universidade do Minho - Portugal]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Aproveitando os substratos usados nas coberturas arquitectónicas pretende-se com este trabalho criar novos produtos de publicidade exterior, conceptualizando graficamente Outdoors capazes de transmitir mensagens diferentes ao longo do dia, tendo como base a utilização de tintas à base de pigmentos interactivos com o ambiente. Pretende-se também desenvolver todas as condições tecnológicas e laboratoriais que nos permitam a sua produção, através da estamparia digital. Além da exposição da tecnologia em causa é dada especial ênfase a uma proposta de um processo completo de Resposta Rápida e Personalizada para a concepção do espaço publicitário e ao estudo feito à resistência à degradação.

051. TRES EMPRENDEDORES: TRES HISTORIAS DE CÓMO HACER REALIDAD UN PROYECTO

Angeles Behotegui [Diseñoclub - Argentina]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Charla con tres emprendedores de www.disenioclub.com.ar. Su experiencia desde el proyecto hasta la materialización y concreción de su negocio.

052. UN MEDIO BAJADO DEL CIELO, PEGADO DEL TECHO

María Antonia Arango [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

A través de los siglos el techo se ha reinventado, como medio, ha sido una herramienta propagandística de la iglesia católica, como espacio, parte de la estructura arquitectónica cuya función es proteger de la intemperie. Hoy, el techo continua cambiando, la evolución arquitectónica avanza de la mano con el diseño y la funcionalidad de los espacios, a la vez que estos se re-conceptualizan, cambian de función según su uso, abriendo lugar para que nuevamente el techo haga su aparición como medio publicitario y propagandístico. Surge entonces el *roof graphic* como medio visual publicitario.

053. ¿CÓMO NACE UN OBJETO CULTURAL? CASO TERRORISMO GRÁFICO MUSEO POSTAL MOVIL

Adrián Candelmi [UP - Argentina]

15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

En el año 2004 lanzamos al mercado una publicación única en su tipo y especie: Terrorismo Gráfico Revista Postal. Una colección de postales temáticas, presentadas en forma periódica, bajo un mismo concepto creativo. Que por su periodicidad, pauta publicitaria y desarrollo específico, debió clasificarse dentro del rubro "revistas". 5 años después, proponemos nuestra propia re/evolución. Dejamos de ser la primera revista postal para transformarnos en algo más: el Primer Museo Postal Móvil de la República Argentina y del mundo. "Terrorismo Gráfico Museo Postal Móvil" es algo nuevo para el mercado editorial, en donde las secciones se transforman en "salas". En donde la calidad logra niveles internacionales. En donde conviven (desde la Argentina) artistas de primer nivel de acá y de todo el mundo. En donde el objeto mismo se resignifica, dejando de ser únicamente portador de las postales, para comunicar desde su todo conceptual. Un objeto cultural nacional que busca trascender (todas) las fronteras.

054. ¿SÍMBOLOS PATRIOS O SOLO UN SALUDO A LA BANDERA?

Marianella León Castro | Rafael Vivanco [Universidad San Ignacio de Loyola - Perú]

15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Crítica constructiva al diseño de los Símbolos Patrios peruanos y propuesta de creación, a través de la investigación y el arte, de una nueva bandera, escudo, escarapela e himno acordes con el actual orgullo nacional, tomando como referentes los íconos y símbolos que han adquirido connotaciones propias y que se han constituido como dignos representantes de la diversidad multicultural de Perú. La evolución y desarrollo del país demandan concepciones modernas e inclusivas y también pensar en el Perú, soñar con la Identidad Nacional Peruana: El diseño hecho ficción.

055. CONFERENCIA 1 | FELIPE TABORDA

Felipe Taborda [Brasil]

16:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula Aula Magna

056. BIODISEÑO DE COCHECITO MOTORIZADO PARA TRANSPORTE DE BEBÉS CON CONTROL INTELIGENTE

Jorge Molina [ULA - Venezuela]

17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.6

Los sistemas de transporte infantiles vienen de muchas formas y tamaños, así es que se pueden encontrar siste-

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

mas diversos, ligeros, plegables, ergonómicos, seguros y transformables. No así, coches motorizados. El proyecto se propone como trabajo síntesis de la especialidad en Biodiseño Mecatrónico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires. El diseño está inspirado en los principios biónicos del murciélagos.

057. CAPA DE REVISTA: UM PUZZLE DE DIFÍCIL SOLUÇÃO

Milena Fischer [Mil-Folhas - Brasil]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Como nasce a capa de uma revista? O que é mais importante, foto, texto, o conjunto, uma chamada (texto) polêmica? Os elementos se misturam à frente do editor como um puzzle, e é preciso ter em mente uma série de fatores para organizar esses elementos de forma que se encaixem e vendam a revista.

058. CONFORTO TÉRMICO: APLICAÇÃO AO PRODUTO

Maria Manuela Neves [Universidade Do Minho - Portugal]

17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Definir e avaliar todos os parâmetros térmicos que possam ter um papel relevante na definição das características ergonómicas importantes para o desenvolvimento do calçado, neste caso de botas de caminhada. Metodologicamente, o projeto envolveu uma avaliação objectiva das características térmicas das botas e outros parâmetros térmicos, assim como uma avaliação subjetiva do conforto térmico por parte dos utilizadores. Verificou-se que a mistura de fibras de Bambu/Polipropileno parece representar a melhor solução no que diz respeito à sua utilização neste tipo de calçado, e tal deve-se, sobretudo, às suas propriedades associadas ao isolamento térmico e à capilaridade da água.

059. DISEÑANDO LA GESTIÓN HACIA EL ÉXITO: EL CASO UFA POST!

Fernando Diego Del Vecchio | Miguel De Aguirre [Del Vecchio Design Management - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Creemos que estamos condenados al éxito, y sin embargo, recién al poner en marcha nuestro estudio o empresa de diseño, nos damos cuenta de las dificultades a enfrentar en las que no habíamos pensado. Obtener el éxito esperado – que incluye vivir de aquello que deseamos, o sea, obtener una rentabilidad positiva de nuestro proyecto – es la consecuencia natural de dos aspectos que no siempre se desarrollan en el sector de las empresas creativas: el talento emprendedor y la habilidad de gestión del emprendimiento (luego, empresa de diseño). El caso UFA Post!: Empresa argentina de diseño de efectos visuales para cine y televisión.

060. DISEÑANDO UNA MEJOR EXPERIENCIA PARA USUARIOS [Espacio AMDIA]

Patricia Inés Plez [Clienting Group - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

La importancia de utilizar el diseño como medio integrador en una estrategia de marketing directo y el cumplimiento de sus objetivos. Como ejemplo, se presentará un caso real de un programa de fidelización e incentivo al canal de ventas de GM.

061. DISEÑO DE ANIMACIÓN EN LA ARGENTINA: EL RESURGIMIENTO DE PERSONAJES Y TEMAS AUTÓCTONOS

Oscar Mario Desplats [Desplats Animadores - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

En la Argentina, la técnica de la animación nació junto con el cine, y en 1917 produjo y estrenó el primer largometraje animado del mundo. En los '70, un importante plantel de profesionales creó la animación de entretenimiento, produciendo largometrajes y series de TV con personajes de creación nacional, cuyo éxito aún perdura. Esta industria incipiente logrará consolidarse con la presencia en pantallas de más productos audiovisuales con personajes y temas de raigambre nacional. Ellos serán los mensajes de intercambio cultural que intercambiaremos con los países de habla hispana en busca de un gran mercado latinoamericano.

062. EL PERFIL DEL DISEÑADOR: POR QUÉ NOS CUESTA CONVERTIR EL DISEÑO EN UN NEGOCIO

Jorge Piazza [Redargenta - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Entender las causas por las cuales no es tan difícil convertir los emprendimientos de diseño en negocios estables. Indagar acerca del porqué oscilamos entre la euforia de creernos profesionales altamente creativos a enfrentarnos con la lapidaria frase: ¡Entonces, vos hacés dibujitos!

063. EL PROBLEMA DEL DISEÑO DESDE EL MARCO DE LA FILOSOFÍA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

Cristian Chamorro [Universidad del Valle - Colombia]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Introducción al diseño desde la epistemología teniendo en cuenta conceptos de mucha importancia como la técnica, la tecnología y la ciencia. Revisión de lo que es la antropología de la técnica, muy relacionada con el diseño.

064. INTERFACES GRÁFICAS DE AMBIENTES VIRTUAIS DE APRENDIZAGEM E INTERATIVIDADE

Felipe Stanque Machado Junior [Faculdade da Serra Gaúcha - Brasil]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Discussão e os resultados de uma pesquisa sobre as implicações do design gráfico das interfaces de Ambientes Virtuais de Aprendizagem (AVA) utilizados na educação a distância. A qualidade da comunicação visual oferecida por um AVA influí diretamente na quantidade e na qualidade das interações on-line e, assim, a conferência permitirá refletir sobre como a interatividade pode ser intensificada pelo tipo de comunicação visual educacional da interface de um AVA. A avaliação da interface do AVA Moodle mostra como interfaces gráficas adequadas contribuem para estratégias didáticas que estimulem as interações on-line.

065. LA LABOR DE LA RED LATINOAMERICANA DE DISEÑO

Sandra Peñuela [Red Latinoamericana de Diseño - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

La labor de la Red Latinoamericana de Diseño en sus cuatro años de vida y los beneficios que tiene para todos la cadena del diseño, como espacio de interacción y generación de proyectos entre los profesionales, empresas, estudiantes e instituciones que la conforman logrando una integración entre los países latinoamericanos en proyectos multinacionales que se están logrando por medio de esta plataforma.

066. LA PUBLICIDAD PROVOCADORA EN LA INDUSTRIA DE LA MODA

Marcia Veneziani [UP - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Mas allá de los cuestionamientos que puedan surgir respecto de temas como el derecho a la libertad de expresión, los mensajes publicitarios no se caracterizan precisamente por su inocencia. La provocación muchas veces –aunque la reconocemos como una herramienta eficaz y hasta iluminadora de ciertas realidades sociales- puede en ciertos casos ver comprometida la salud y la dignidad de las personas.

067. LA REALIDAD SOCIAL A TRAVÉS DE UNA MIRADA LATINOAMERICANA: ONAIRE (COLECTIVO GRÁFICO)

Mariana Alejandra Campo Lagorio | Mariel Laura Bellinghurst | Gabriel M. Lopatín | Gabriel Mahia | Sebastian Puy | Natalia Monica Volpe [Grupo ONAIRE - Argentina]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

El desarrollo del diseño gráfico a través del trabajo colectivo, siempre en búsqueda de un lenguaje que represente a nuestra sociedad, un lenguaje latinoamericano. Tomando como tema principal el diseño de la historia y la realidad, a través de una mirada crítica del contexto y de la realidad social que nos toca vivir, ya que, citando a Paris Clavel, el diseño cobra sentido si persigue un objetivo social, este con su capacidad de expresión simbólica puede fomentar el conocimiento y cuestionamiento de los problemas que aquejan a nuestra sociedad.

068. MESCLAR O ERUDITO E O POPULAR: PRÉ-REQUISITO PARA UM DESIGN NACIONAL

Nelson Rodrigues Da Silva [Centro Universitário Belas Artes de São Paulo - Brasil]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

CANCELADA

Pensar o artesanato como alternativa de criação e produção de artefatos do design que resgatam valores culturais latino americanos. Reflexão sobre a cultura material no Brasil e pensar o artesanato como alternativa de criação de produtos do design que resgatam valores culturais. As reflexões de Lina Bo Bardi que via no processo de fusão destes dois mundos do saber, o erudito e o popular, a condição e o pré-requisito, para um design moderno autóctone e original, moldado na medida do homem brasileiro. Por ultimo, pretendo indagar sobre a possibilidade de construção de um design latino americano a partir destes mesmo olhar.

069. ACTITUD DENIM

Alejandro Ogando [Santana Textiles - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

Experimentación y reinterpretación de los códigos convencionales de Jeanería, desde distintas actitudes, posturas y referencias. Deconstrucción y una nueva mirada de la cultura del denim.

070. LA IDENTIDAD COMO BASE PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE EMPRENDIMIENTOS

Diego Bresler [DBconsultoria - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

El punto de partida de un emprendimiento es la necesidad de generar un cambio en alguno de los participantes del mismo (implementadores, dueños, mercado, etc.) Por otro lado, debemos encontrar una identidad que permita diferenciar dicho emprendimiento de otros existentes. Allí comienza el diseño e implementación del mismo.

071. LABORATORIO DE INTRODUCCIÓN A LA REALIDAD AUMENTADA (parte I)

Antonio Suazo Navia | Héctor Gómez Rodríguez [Estudio Fenoma - Chile]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

Los conocimientos fundamentales para la implementación de aplicaciones AR, tales como modelado *low-poly*, programación 3D, diseño de interacciones, etc. Como resultado, los participantes experimentarán la realidad aumentada, mediante un ejercicio práctico creado por ellos mismos, interviniendo un espacio físico real en la facultad.

072. PRÁCTICA DEL VIDEO DOCUMENTARIO EN INVESTIGACIÓN EN DISEÑO Y CULTURA

Maristela Mitsuko Ono | Claudia Bordin Rodrigues | Ana Lúcia Santos Verdasca Guimarães [Universidade Tecnológica Federal do Paraná - Brasil]

18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

El objetivo de ese taller es promover la práctica del video documentario en investigación en diseño y cultura, que permite registrar manifestaciones de la cultura material, opiniones, relaciones entre artefactos, contextos y personas, relaciones sociales, usos de artefactos, etc. Se espera que ese taller contribuya en la búsqueda del entendimiento de las necesidades y deseos de los sujetos, de la diversidad cultural y de los múltiples contextos y escenarios.

073. STANDS: JUEGO + CREATIVIDAD + DISEÑO

Marcela Jacobo | Ariana Bekerman [UP - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

El stand: su significado en la comunicación de la imagen. El proceso de diseño aplicado a su ejecución. Clasificación de acuerdo a su ubicación y métodos constructivos. El stand incorporado a la enseñanza de diseño: complejidad y resolución. Su aporte en la disciplina. Tendencias actuales de la arquitectura efímera. Su gestión comercial. El stand en tiempo de crisis.

074. CÓMO IMPACTA EN EL ESCENARIO WEB 2.0 LA GESTIÓN DE NUESTROS DOCUMENTOS PDF'S?

Gabriel Menta [Acroworld 2.0 & Squoosh - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Los grandes cambios que sufre la Web 2.0 y cómo todos nuestros archivos, en especial los de formato PDF, pueden adaptarse a esta nueva forma de transmitir y compartir información.

075. COOLHUNTING - US2, UNIVERSAL SENSE SEARCHER

Gustavo Lento Navarro [IUP - Argentina]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula SUM

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

076. DESARROLLO TÉCNICO DE COLECCIONES COMERCIALES DE MODA

Oscar Enrique Hernández Becerra [Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena - Colombia]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Esta conferencia representa una visión estratégica, agrupada en una metodología para el desarrollo técnico de colecciones que permite generar una sólida base de trabajo, que con una adecuada implementación e interiorización de los conceptos y herramientas en las empresas, permitirá mejores resultados de los procesos de desarrollo, el uso adecuado de información de tendencias e informes de moda como elementos aplicables durante la creación de las colecciones, constituyéndose en un instrumento que centrado en el diseño le permitirá a las empresas generar diferenciación de producto, construir identidad estratégica y aumentar sus niveles de competitividad.

077. DISEÑANDO SOLUCIONES. CÓMO OBTENER, MANTENER Y FIDELIZAR UN CLIENTE

Martín Boschetti | Cristóbal S. Papendieck | Martín Ries Centeno [Didimo | Designing Solutions - Argentina]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

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?

078. DISEÑO EDITORIAL: EL REDISEÑO DEL DIARIO CORDOBÉS LA VOZ DEL INTERIOR

Miguel de Lorenzi [Argentina]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

La Voz del Interior, desde el caliente al reino de lo digital. El diario cordobés, uno de los más importantes del interior de Argentina, inicia a mediados de los 80 un proceso de reconversión técnica que fue acompañado de rediseños de sus cánones gráficos y editoriales. Estos se realizaron en 1982, 1995 y 2001. En 1982 los cambios se produjeron con personal interno; en 1995 el reconocido diseñador editorial Mario García capitaneó el proceso. En 2001 La Voz del Interior adoptó el formato de 50 pulgadas acompañado de una nueva apuesta gráfica; en esta oportunidad estuvo al frente Alberto Torregrosa de reconocida trayectoria en España.

079. DISEÑO IMPRESO

Silvia Sirkis [Sirkis Diseño Branding & Packaging - Argentina]

18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

Todo lo que debiste saber sobre impresión antes de iniciar tu proyecto pero no te animabas a preguntar. A través de casos reales y ejemplos concretos, analizaremos los puntos críticos que los diseñadores deben incorporar a su gestión para convertir exitosamente el boceto aprobado en los impresos que el cliente necesita.

080. EL DISEÑO DE AUTOR EN LA ERA 2.0

Paola Balcaza | Samir Nait [NSBP Diseño de Autor - Argentina]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

El poder del Diseño en la creación de la Identidad. Hoy en día, son mas las personas que afirman su seguridad frente al espejo, y que necesitan ser queridos y admirados para construir su identidad. La vida privada dejó su lugar a la pública, y en ella se encuentra, la diferenciación del otro, la exaltación de la personalidad. Las Redes Sociales, Facebook, los Blogs y Fotologs, incrementan el narcisismo; haciendo que la mirada del otro y su aprobación sean factores críticos en la formación de la propia personalidad. Por ello el Diseño de Autor tiene un rol protagónico en esta Nueva Era, en donde el desafío consiste en exaltar la Belleza y reforzar la identidad, por medio de proyecciones lúdicas que den a la Persona las llaves para crear su propio estilo.

081. EXPERIMENTACIÓN CONCEPTUAL SOBRE DISEÑO: EL CASO CHICHA DESIGN

Mario Alonso Ricci [Ricci Arquitectos - Perú]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Chicha Design es un trabajo de experimentación conceptual acerca del diseño popular en el Perú y en el mundo. Busca relacionar al humano como creativo nato e intenta demostrar la unión de los hombres a través del diseño. Cómo el diseño puede cambiar formas de pensar sobre la expresión espontánea y popular.

082. LA CONVERGENCIA DE LA PUBLICIDAD, EL MARKETING DIRECTO E INTERNET. CUANDO TODO ES DIRECTO Y CON RESPUESTA [Espacio AMDIA]

Alejandro Di Paola [Di Paola|WPP - Argentina]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Antes las empresas le preguntaban a los clientes que deseaban, analizaban sus necesidades y luego formulaban sus decisiones estratégicas Hoy el diálogo comienza en los propios clientes quienes empiezan a facilitar sus datos, recursos e *insights* cuando descubren que hay valor en ello. La gente esta en movimiento y proclive a hacer negocios con compañías que les permiten una experiencia de producto a su medida.

083. LAS IDEAS NO NACEN, SE BUSCAN

Daniel Arenas [Benemerita Universidad Autónoma de Puebla - México]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

La etapa de la conceptualización es la más importante para el desarrollo de una comunicación efectiva, y por lo tanto es la más complicada al intentar crear imágenes ocurrentes o creativas. Variantes para conseguir imágenes basadas en la observación, análisis y desarrollo del entorno sociocultural, tomando como ejemplo trabajos reales basados en esta técnica de diseño.

084. O MÍTICO E O ONÍRICO NO IMAGINÁRIO GRÁFICO DO MANGÁ

Mônica Lima de Faria [Universidade Federal de Pelotas - Brasil]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

O presente trabalho trata de um estudo sobre os mangás (*histórias em quadrinhos japonesas*), como um meio de comunicação visual e expressão gráfica, e o imaginário referente a este objeto. No estudo sobre o imaginário, são enfocadas duas categorias que, segundo Malrieu (1996), o constituem: o mítico e o onírico. Trata-se de uma monografia de conclusão do curso de especialização em Expressão Gráfica da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da PUCRS.

085. RED DE DISEÑO. UNIFICARSE PARA FORTALECER LA DISCIPLINA

Mariela Secchi | Alejandrina Vigna [Instituto Nacional de Tecnología Industrial - Argentina]

18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

La importancia de ser parte de una red unificada, para fortalecer la disciplina en el marco global. Acorde a la envergadura y la importancia de unificar criterios y plataformas para su óptimo funcionamiento, el Programa de Diseño posee un espacio que involucra a Universidades argentinas, organismos promotores nacionales e internacionales, profesionales de las distintas disciplinas de argentina y todas aquellas herramientas en pos al fortalecimiento del diseño. El objetivo principal radica en que las empresas puedan acceder a información y recursos necesarios a la hora de incorporar servicios de diseño, siendo fácil y rápido de utilizar. También que pueda ser utilizada por los profesionales y estudiantes que busquen información de capacitaciones, normas y reglamentaciones tanto en el marco nacional como internacional. Y de esta manera también fortalecer el sector productivo.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

086. TINTES NATURALES: LOCALIZACIÓN Y METODOLOGÍA DE TEÑIDO

Luciana Marrone [Aires Naturales - Argentina]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.11

Todo el color que vemos es sólo una sensación que produce la luz, y en esa sensación de infinitas variantes, las plantas y el reino vegetal son indiscutidos protagonistas. No solo visten al mundo de color, sino que albergan en sus tejidos sustancias capaces de dar color al mundo...

087. VIDA Y RELACIONES DE UNA GALERÍA DE ARTE NO CONVENCIONAL

Constanza Martinez | Grace Bayala | Aglaia Montero [Mucha Tela - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Cuando se transita un camino no común siempre es interesante relatar la experiencia. Éste es el caso de Muchatela y de la creación de una galería "diferente" ideada como un costurero gigante en donde conviven miles de elementos en un prodigioso y sugestivo desorden armónico. Comunicar cómo se construye y diseña una marca y la estructuración de un espacio de arte concebido con parámetros distintos resulta ser muy válido porque genera una visión de un arte capaz de incluir materiales no convencionales, artistas más creativos y obras de características especiales. La presencia del arte textil, la inserción en el medio y sus repercusiones son elementos de impacto interesantes para compartir así como el desarrollo de emprendimientos artísticos con proyección local, nacional e internacional.

088. CONFERENCIA 1 | ANA TORREJÓN

Ana Torrejón [Argentina]
19:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula Magna

089. AÑO DE CRISIS, A PENSAR MÁS QUE NUNCA

Mariano Leguizamón [Salomon Comunicación - Argentina]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

En plena crisis, más que nunca, las ideas son las estrellas. Casos de ideas que se hicieron ver. Cómo pensar desde otro lado, generando propuestas creativas en las que todos se ven beneficiados. Ideas con optimismo, donde el cliente es parte del equipo generador de tendencias. Ideas No Tradicionales. En resumen, lo importante es la IDEA. Te invitamos a pensar...

090. BUTTERFLY STORY: BKF Y EL VUELO DE LA MARIPOSA

Pedro Reissig | Matías Fernandez Moores [Vacavilante SRL - Argentina]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula SUM

Butterfly Story es un proyecto inspirado en el famoso sillón BKF (conocido como Butterfly Chair), explotando la trayectoria y herencia de este ícono del diseño moderno, con fuerte identidad formal y material. Los valores representados por este ícono, convertido en marca, incluyen la viviendad, transparencia y convivencia de pares complementarios tales como blando/duro, animal/mineral, flexible/ígido y artesanal/industrial. Esta pieza se caracteriza por su pureza y superficies de doble curvatura, bormando límites entre afuera y adentro y frente y dorso, gracias a la continuidad de sus líneas y planos. La experiencia de sentarse sobre estas superficies es la de estar suspendido en el aire, sostenido por tracción pura. Una síntesis de las cualidades universales y atemporales que la misma esencia del BKF original mantiene desde su creación.

091. DESPERTANDO DESEJOS NO DESIGN DE SITES DE RELACIONAMENTO AMOROSO

Ana Maria Rebello | Paula Rebello M. de Oliveira [Universidade Estacio de Sá - Brasil]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Este trabalho é parte da pesquisa de doutorado em Psicología Clínica sobre os encontros amorosos na Internet. Optamos por analisar aqui o design dos sites populares entre brasileiros, observando estratégias presentes na programação visual. São analisados aspectos do texto e imagens empregados na diagramação e elementos que dirigem a maneira como o usuário perceberá conteúdos, determinando sua relação com o site. Mensagens são estruturadas de acordo com uma estratégia que pode condicionar comportamentos, reforçar idéias já presentes no imaginário do usuário, assim como direcionar sua percepção para o que desejar, influenciando escolhas no caminho a percorrer para alcance dos objetivos.

092. DISEÑO: LOS DESAFÍOS EN WEB 2.0

Germán Martín [Ogilvy & Mather - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Los nuevos desafíos a superar en el mundo Web 2.0: ¿Cómo llegamos hasta acá?, un nuevo discurso marcario, límites y beneficios del diseño online, cuando el contenido subordina el Diseño. El reto diseño / usabilidad, nuevas tendencias, casos de éxito.

093. EL EFECTO DEL DISEÑO DEL ESPACIO INTERIOR DE LOS BARES EN EL SENTIDO DE LUGAR DE LOS USUARIOS

Hernan Casakin | Hodaya Dahan [The Ariel University Center of Samaria - Israel]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

El sentido de lugar está íntimamente relacionado con la atmósfera y calidad de un espacio, y como este es entendido por aquellos que lo habitan. En este estudio analizamos las diferencias que distinguen a un bar local, o de barrio, de un bar global conocido como mega-bar. Un objetivo es discernir en qué medida y de qué modo el diseño interior de esta clase de bares influye en el sentido de lugar de las personas. La metodología empleada será el caso de estudio y el cuestionario. Los resultados de este estudio contribuirán a una mejor comprensión del concepto de identidad local en constante cambio.

094. EMAIL MARKETING [Espacio Digital Design]

Julián Matías Drault [Epexo / Emblue - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Introducción al mundo del email marketing. Rol del diseñador web en el armado de campañas de email. Lucha contra el SPAM.

095. HISTORIA Y CREATIVIDAD. DISEÑO DE INDUMENTARIA DURANTE EL SIGLO XX

Andrés Parallada [Medio Montevideo - Uruguay]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Vincular dos enfoques frecuentemente percibidos como distantes. Por un lado, el enfoque histórico de la obra de los maestros del Diseño de Indumentaria del siglo XX. Y por otro lado, el análisis de los métodos creativos utilizados durante este período. En un campo como el Diseño, donde la brecha entre lo intuitivo y lo sistemático podría considerarse aún no sellada, creemos que este enfoque, que combina lo sistemático con lo creativo, puede ser de utilidad para estudiantes y profesionales de Diseño de Indumentaria o Moda.

096. LA DIFERENCIA EN EL MENSAJE GRÁFICO

M. Parvez Mohsin [St. John's University - Estados Unidos]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

El diseño gráfico posee la capacidad de generar un cambio social positivo y sólo bajo la presión que genera la gran responsabilidad del trabajo del diseñador, el mismo puede influir y generar un impacto en las vidas de los demás, a medida que creamos un diseño que sea sustentable y socialmente consciente de la diversidad que existe en el mundo. La creación de un diseño efectivo y funcional es la de concebir una metodología que pueda operar como un idioma universal, y que puede sobrevivir a los auspicios de cualquier idioma en particular.

097. LA EXPOSICIÓN COMO FORMA.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL DISEÑO DE EXPOSICIONES CONTEMPORÁNEAS

Danne Ojeda Hernandez [School of Art, Design And Media, Nanyang Technological University, Singapore - Singapur]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Las nuevas orientaciones en el diseño de exposiciones que tienen lugar específicamente en museos, galerías y espacios públicos. Ejemplos de trabajos multidisciplinarios de grupos de diseñadores, arquitectos y artistas, fundamentalmente establecidos en Europa. El sentido de espectáculo, materializado por el uso de los medios audiovisuales y la creación de instalaciones, parece convertirse en tendencia. Dichos medios artísticos han probado ser eficaces a la hora de influenciar la manera en que el público percibe determinado conocimiento o experimenta espacios concretos.

098. LOS APORTES DEL DISEÑO A LAS EMPRESAS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Marco Sanguinetti | Anabella Rondina | Verónica Bluguermann | Camila Offenhenden [Centro Metropolitano de Diseño - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

El Centro Metropolitano de Diseño, principal promotor público de la importancia económica y cultural del diseño en la ciudad, presentará los lineamientos sobre los cuales se desarrollarán gran parte de las acciones programadas para los próximos meses. La Conferencia CMD Empresas+Diseño, la Investigación IMDI y la guía de Diseñadores de la ciudad, son algunas de las herramientas con las que se estará promoviendo el vínculo entre diseñadores y empresarios durante el 2009.

099. NUEVAS TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA INTERACTIVA

Matías León Feldman | Adrián Campanelli | Orlando Cristofalo | Mariano Dorfman [Workroom Partner Digital - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Para analizar las "Nuevas tendencias en la industria interactiva", lo primero que hay que entender es que este negocio cuenta con sus propias características, que no se repiten en otros medios. Constantemente surgen nuevos medios y plataformas que permiten un acercamiento personalizado con el usuario, que cada vez está más tiempo conectado, ya sea a través de su computadora o de su celular. Por su lado, las agencias digitales también están modificando sus estructuras con el objetivo de darle un lugar protagónico a las campañas interactivas. En última instancia, se estudiarán las nuevas tendencias mundiales en la industria interactiva para terminar de entender hacia dónde se dirige este negocio eficaz y medible.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

100. RETOQUE DE PERSONAS

Marcelo Monzón [Photomagazine - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Consejos y trucos de las técnicas más populares que utilizan los profesionales del retoque fotográfico. Se mostrará cómo retocar personas con el software líder en la edición de imágenes digitales Adobe® Photoshop®. Se verán las distintas técnicas que se utilizan para corregir defectos en la piel, quitar arrugas, cambiar el color de ojos o cabello, adelgazar personas o realizar pequeñas "cirugías" digitales de nariz, entre otros secretos revelados. Además se presentarán sofisticados procesos de trabajo con: Capas, Canales, Máscaras, Filtros, Automatización de tareas, nuevas herramientas de producción, etc.

101. SIMBOLOGIA DE RECICLAGEM EM EMBALAGENS PLÁSTICAS

Luís André Ribas Werlang [Feevale - Brasil]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Este trabalho faz uma pesquisa dos ícones relacionadas com a reciclagem, especialmente os que identificam os materiais plásticos, e demonstra que não apenas problemas de aplicação configuram numa problemática para os mais variados sistemas de reciclagem. O projeto faz uma proposta de uma nova forma de identificar os materiais que compõe uma embalagem, facilitando assim a identificação materiais e o posterior processo de reciclagem.

MIÉRCOLES 29 DE JULIO: 104 ACTIVIDADES

102. GRAPHOS AMERINDIOS. Laboratorio de Experimentación "Diseño sin fronteras".

Creación y expresión caligráfica de corte experimental a gran tamaño

Diego Pérez Lozano [UP-Argentina]
10:00 hs. | Ecuador 933

Cercano a los *tags* del *street art*, los graffitis y la caligrafía ignorada. Fluidez gráfica y narrativa lograda por un gesto único, el *ductus*, que libre se maneja en el espacio gráfico para generar composiciones, y en donde aún sin dibujar letras existe la sensación de leer, debido a sus trazos en una puesta casi editorial.

Arte en energía activa, mente, espíritu y corazón en sinergia para expresar a través de *graphos* una identidad propia. Descubrir la vida interior de las formas en la representación personal de un trazo, un experimento gráfico cercano a la caligrafía de vanguardia, expresada en atrevidos formatos gigantes!

Inspiración en una serie de trazos vivos que ofician gráficamente como un sistema de signos creados como líneas danzantes, graffiteando el soporte volviendo los dibujos como signos mutantes, y hasta oníricamente transformándola en una (im)posible escritura única de Latinoamérica unida.

Recomendaciones para los asistentes: los participantes fabricarán o traerán diversos elementos de graficación tales como: pinceles, brochas, plumas y marcadores anchos, *cans cap XS* y otros, que aporten al concepto del *workshop*.

103. ACTITUD CREATIVIDAD: ENTRENAMIENTO PARA EL ESTADO CREATIVO. SUBJETIVIDAD-ARTE-DISEÑO

Adriana Grinberg [UP - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

Reconocer en la creatividad, procedimientos que le son propios para su aprendizaje y entrenamiento. Crear y 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 significante como efecto de su articulación inconsciente y el camino que lo lleve a expresarse.

104. BREVE HISTORIA DE LA INDUMENTARIA Y LOS TEXTILES, SU APLICACIÓN EN LA ACTUALIDAD

Conrado Lamberti [Ceprodi Cordoba / Aladi Argentina - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Desde los orígenes mismos del hombre, la moda no ha dejado de evolucionar. Como medio de expresión personal, ha existido desde que los seres humanos comenzaron a vestirse. La colocación de ropa de cuero, ya fueran de piel de animal o tejidos primitivos de fibras naturales, partía de una minuciosa reflexión, exactamente igual a lo que se hace hoy en día para confeccionar un vestido. Ese fenómeno se analiza en esta exposición.

105. CARIBE ILUSTRADO (taller de ilustración)

Diana Moreno [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

Introducción a la ilustración, la ilustración en Colombia. Ejemplos de artistas reconocidos. La creación y evolución de proyectos que han logrado abrir un espacio en la ciudad de Barranquilla, para reflexionar sobre temas como: la gráfica popular de esta región, la importancia de la lectura en la producción de imágenes y la posibilidad de trascender en el tiempo con la elaboración de conceptos que diferencien y doten de significado a las imágenes. Para llevar la teoría a la práctica se partirá de la lectura de textos para sacar conceptos principales y llevarlos a ilustración con la técnica de linóleo y terminar haciendo piezas acabadas con resina.

106. CÓMO VENDER UN PROYECTO DE DISEÑO

Christian Gonzalo Andrada Díaz [Greenmind - Chile]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | SUM

Lo que se debe considerar de la comunicación verbal y no verbal para hacer de cada propuesta, una alternativa atractiva y viable para el cliente.

107. COMUNICACIÓN SUSTENTABLE. EL PARADIGMA DE LA RSE PARA DISEÑADORES Y COMUNICADORES

Paola Lattuada [UP - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Conocimientos generales de la RSE –Responsabilidad Social Empresaria-, y su abordaje como instrumento de gestión desde su dimensión estratégica y operativa. En este marco, la RSE tiene un rol de generación de valor en la percepción de la comunicación de la organización y sus productos, así como en la vinculación con sus públicos. Conocer e interpretar este nuevo modelo de negocios actual es fundamental para los profesionales del diseño y de la comunicación, ya que repercute de manera directa e impacta creación y gestión de las prácticas comunicacionales.

108. COMUNICACIÓN Y DISEÑO EN UN GOBIERNO LOCAL: EL CASO DE JUNÍN

Maria Raquel Tarullo | Erica Verónica Izquierdo [Gobierno Local de Junín - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

En el año 2003 se creó el área de Comunicación Institucional en el municipio de Junín (Argentina). De ella dependen las

áreas de Comunicación visual, Comunicación audiovisual, web y prensa. Desde entonces se comenzó con un proceso integral de transformación de toda la imagen y la comunicación del municipio: desde la marca hasta la creación de nuevas piezas comunicacionales que dieron identidad al nuevo gobierno y además fundaron una nueva manera de comunicación con el vecino.

109. DESIGN E ARTESANATO

Diane Johann | Nicole Verdi [Oferenda Objetos e Design - Brasil]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Estimular a la creatividad e o entendimento sobre design e artesanato. Aproximação dos alunos à realidade dos acontecimentos do tema abordado através de estudos de casos, análise de trabalhos e desenvolvimento de produto envolvendo a teoria apresentada.

110. DISEÑO DE MODAS: CÓMO DIBUJAR FIGURINES POR ORDENADOR

Cynthia Smith [UBA - UP - UB - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Creación de figurines propios mediante una forma simple de dibujar, utilizando herramientas básicas y algunas más complejas, llegando a la representación de un figurín como base y variar con diferentes posturas. Diferentes tipos de rellenos, para encontrar el estilo personal.

111. EL DISCURSO VISUAL DEL PERSONAJE

Andrea Suárez | Gabriel Cabuli [Estudio Cabuli Suárez - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

La interacción de los factores creación y producción en el área de vestuario para las artes escénicas (teatro, ópera, danza, comedia musical, tc) y audiovisuales (cine, tv, video, etc) tanto de carácter oficial, mediático masivo o de diseño de autor. Tomando como centralidad las ventajas y desventajas de las diversas modalidades de producción, entendiendo el área de producción como facilitador de acciones orientadas a la concreción del proyecto dentro de un marco de calidad y estética pre establecidos.

112. EL DISEÑO DE PROMENADES O FORMAS SECUENCIALES ARQUITECTÓNICAS Y SU APlicación EN EL DISEÑO DE INTERIOR

Jorge Eduardo Pokropek | Ana María Cravino [LPV Arquitectos - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

La noción de promenade entendida como "paseo arquitectónico" para Le Corbusier, es profundizada por el concepto de "Forma Secuencial Arquitectónica" que podemos definir como "un tipo de forma secuencial cuyas entidades formales pueden consistir en configurados huecos o macizos explícitamente vinculados por una trayectoria espacial trascendente cuya percepción impone un tiempo existencial durante el cual se propone la lectura de una estructura narrativa o argumento que sirva de base a la celebración de ritos o ceremonias sociales". Su diseño intencionado en función del estímulo de conductas y emociones intensifica la experiencia estética de la arquitectura y el diseño de interior.

113. EL NUEVO ORIGAMI: MÓDULOS Y ESTRUCTURAS

Laura Azcoaga [UNGS - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

Los desarrollos que se han producido en el campo del origami tradicional en los últimos 30 años. El arte de Tomoko

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

Fuse, Miyuki Kawamura y Kunihiko Kasahara. Origami y geometría. Poliedros, conectores y estructuras de papel. Usos en ambientaciones y diseño.

114. ESCENARIOS PRODUCTIVOS Y LA INTERVENCIÓN DEL DISEÑADOR INDUSTRIAL

Verónica Mercer | Luciana Quinteros
[Mercer.Quinteros - Diseño Industrial - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Ánalisis del rol del diseñador industrial en el sistema productivo. Observación y reflexión sobre las ventajas y desventajas que existen actualmente en el escenario productivo en Argentina.

115. EXPERIMENTACIÓN TIPOGRÁFICA

Gustavo Wojciechowski [Universidad Ort - Uruguay - Uruguay]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.2

El primer objetivo es la sensibilización y experimentación frente a los signos tipográficos. Posteriormente, la construcción de un sistema con sus constantes y variantes, coherencia estilística y formal, control de valores, etc. Una aproximación a la creación de un alfabeto.

116. MENTAL PICTURES

Christian Dubay [Buenos Aires Fashion House - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.3

Reconocer como observamos los objetos que nos rodean y que llaman nuestra atención y cómo a partir de ellos transmutamos sus formas utilizándolos como disparadores conceptuales para generar uno nuevo.

117. MÚSICA EM FOCO

Raquel Marques | Lucca Verri Rico [Anhanguera Educacional - Brasil]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

Trabalhar técnicas de criação em redação publicitária com estímulo da criatividade com utilização de material audiovisual (Imagem e som). O objetivo é trabalhar a criatividade com a apresentação de técnicas de observação audiovisual para criação de textos publicitários.

118. O FUTURO DA IDENTIDADE

Filipe Chagas [Brasil]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

As identidades que estabilizam o mundo social estão em crise, fragmentando o indivíduo. Buscamos nossas próprias identidades – individuais e coletivas – nas possibilidades que o mercado dispõe constantemente, seja de produtos, serviços, emoções etc. Da cultura material passamos à cultura do imaterial. Transitamos entre diversas culturas e transformamos nosso "eu" de acordo com nossos desejos. É nesse contexto fluido que surgem propostas inovadoras de identidade de marca com o estabelecimento de imagens e percepções pelas quais diversos públicos que influenciam uma organização se relacionarão com ela. O que o mercado está oferecendo agora? Como será daqui pra frente?

119. PRESUPUESTA TU PELÍCULA DE FICCIÓN (LARGOMETRAJE-CORTOMETRAJE)

Néstor Adrián Borroni [Akasha Group SRL - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

Uno siempre está imaginando la historia que quiere contar, es por eso que durante la etapa de Desarrollo está pensando solamente en su escritura (*story line*, tratamiento y del guión), y cuando terminan se dan cuenta que le faltan otros

elementos para poder desarrollar el proyecto. Pocos son los que entienden que paralelamente se debe ir armando estratégicamente el negocio para que nuestro proyecto se pueda hacer realidad, por eso es fundamental la realización de un buen presupuesto que será la base para comenzar a armar la estrategia y además buscar a los inversionistas.

120. TÉCNICAS DE ESTAMPACIÓN

Carlos Alberto Castaño Agudelo [Santa Urkula - Colombia]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

La estampación es uno de los grandes procesos de ennoblecimiento de las prendas, por lo que se hace necesario para el diseñador de modas tener un amplio conocimiento acerca de ello.

121. USER EXPERIENCE DESIGN: DISEÑANDO LA EXPERIENCIA DEL USUARIO EN INTERFACES INTERACTIVAS

Hugo Campodonico [A1.Perú - Perú]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Diseñar los proyectos desde una perspectiva más amplia: la de los Usuarios. Combinar elementos de diferentes campos del diseño para crear una óptima y bien redondeada experiencia.

122. VARIACIONES DE LOS SONIDOS. INTERPRETACIÓN DE CÓDIGOS VISUALES

Raylú Rangel [Editorial El Perro y La Rana - Venezuela]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Trabajo experimental donde se busca la unificación de las artes como medio multidisciplinario a través del diseño gráfico. Se intenta también proyectar al diseñador como un mediador de la enseñanza comunicacional que utiliza los canales audiovisuales como motivadores de estímulos partiendo de los fundamentos básicos del diseño como el color, la composición y la forma, integrando los sonidos las formas y los colores como elementos provocadores de estímulos. El proyecto busca conducir a los espectadores hacia la posibilidad de percibir las sensaciones táctiles, olfativas, gustativas, visuales y sonoras no como estancos aislados sino como un todo en donde las fronteras entre unas sensaciones y otras no son fácilmente perceptibles. De este modo se busca que el espectador experimente todo ese cúmulo de sensaciones a través de animaciones que han sido creadas dentro de un proceso de experimentación en la búsqueda de un lenguaje visual que codifique lo sonoro: ver la música, tocar los sonidos, oler los colores y percibir el hecho mismo que se genera en el contexto audiovisual.

123. ¿CÓMO SE DISEÑA UN SISTEMA DE SEÑALÉTICA?

Martín Christian Fridman [ATTIK Comunicación Visual - Argentina]
10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Claves y prácticas metodológicas para generar un conjunto de piezas gráficas coherentes entre sí y su aplicación práctica en el entorno urbano. Se verán imágenes donde se explicitarán cómo se desarrolla un proyecto de diseño, se verán ejemplos reales de sistemas señaléticos y los asistentes desarrollarán un sistema tipo.

Materiales sugeridos: Cartulinas de colores (mínimo 2 y de distintos colores), tijeras, lápiz, goma, pegamento, cinta de papel para pegar en las paredes, regla o escuadra.

124. ¿EL CLIENTE SIEMPRE TIENE LA RAZÓN?

Emiliano Dorignac | Sebastián Horvath
[Ideocentro - Argentina]
10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Ánalisis de un aspecto pocas veces nombrado y muchas veces encontrado en el proceso real de diseño: ¿Qué pasa cuando nos topamos con la visión cerrada de un cliente que solo requiere nuestros servicios para materializar sus propias ideas? ¿Cuándo es un capricho y cuando un dictamen de su propia experiencia?

125. CONFERENCIA 1 | DAVID CARSON

David Carson [Estados Unidos]
11:30 hs. | Teatro San Martín | Sala Casacuberta

126. 20 CONCEPTOS PARA DESARROLLAR EMPRENDIMIENTOS DE DISEÑO EXITOSOS

Mario Spina [Redargenta Ediciones - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Se abordan temas que tienen que ver con el emprendimiento, su planificación y el desarrollo personal del emprendedor, en donde lo que se propone es que el concurrente conozca acerca de la importancia del modelo de negocios comprendido dentro del modelo de vida.

127. CON UNA PIZCA DE DISEÑO: ESTUDIO SOBRE GASTRONOMÍA

Zina María Saldarriaga Plaza [Faceta Tornasol - Colombia]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Trabajo de investigación que busca desde la lectura sensible de la vida cotidiana de un territorio, generar nuevas rutas de acción para el diseño gráfico.

128. DESIGN DO PRODUTO DEFININDO A LOGÍSTICA EM AMBIENTE DE SUSTENTABILIDADE

Eduardo Lopes [Consultor Independiente - Brasil]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

A concepção do novo produto deve levar em conta a totalidade da cadeia de valores, desde a jazida de matéria prima, as transformações, armazenagens, transportes, montagens, distribuição e mesmo a logística reversa. A par com o design do produto propriamente torna-se hoje, imprescindível a intervenção do design no ambiente organizacional produtivo.

129. DESIGN E INOVAÇÃO: ESTRATÉGIAS COLABORATIVAS INTEGRADAS

Paulo Maldonado [Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa - FA/UTL - Portugal]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Através de uma abordagem empírica de exemplos de design e/ou de gestão de design integrados em três contextos de trabalho – institucional, empresarial e académico – é possível identificar, num primeiro nível, metodologias e processos de abordagem criativos e operativos para a inovação em design e através do design; num segundo nível, construir um modelo teórico propiciador de boas práticas de design e/ou de gestão de design orientadas para a excelência. Por se tratarem de contextos reais, bem distintos de cenários ideais, não se omitirão eventuais desfasamentos entre as expectativas criadas e as realizações alcançadas.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

130. DISEÑO; EL ARTE DE MENTIR

César Sagredo [UTC INACAP - Chile]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Sin duda alguna el diseño, su uso y materialización, se relaciona con la forma de ver y entender el mundo. En este sentido, podemos aseverar que el Diseño es reflejo de la cultura en la cual está inserto. Es entonces un modo de replicar la realidad y plasmar lo que consideramos válido, aceptado y compartido por la comunidad que usa de éste. Sin embargo, existe un área del diseño que funciona de manera globalizada, con códigos transversales, y efectos comunicacionales que crean una "realidad" al menos cuestionable.

131. Duros de Matar (I)

Gustavo Adolfo Valdés de León [UP - Argentina]
12:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

En el discurso académico del Diseño se ha instalado, impunemente, un conjunto de términos desgajados de su contexto lo que ha terminado por convertirlos en mito-palabras, inmunes -gracias a su repetición ritual en las aulas- al paso del tiempo. En esta conferencia nos proponemos pasar por las armas de la crítica y de la razón a algunos de dichos términos, tales como "isotipo", "emisor/receptor", "Bauhaus", "código", entre otros, a sabiendas que se trata de sujetos de cuidado y "duros de matar".

132. EL DEPARTAMENTO DE DISEÑO EN UNA EMPRESA DE SEGUROS

Roberto Vilariño | Patricio Mata Lastra | Martín Rebol [Seguros Rivadavia - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Cómo funciona el día a día del departamento de diseño de una compañía de seguros, encargado de elaborar mensajes visuales para satisfacer sus distintas necesidades (publicidad gráfica, folletería, cartelería, memorias y balances, etc.) construyendo así su identidad gráfica. La integración con la Gerencia de Marketing y Relaciones Institucionales. El caso Seguros Rivadavia.

133. EL IMPACTO DEL DISEÑO URBANO EN LA MODA DEL PERÚ

Lucía Oroza Cuba [Lucco / MAD / USIL / Ceam - Perú]
12:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Una aproximación a los últimos años de la nueva propuesta en diseño de moda peruano: los diseñadores, colectivos, tiendas, los nuevos consumidores y el impacto en general en el sistema de la moda peruano.

134. GESTIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL EN UN ORGANISMO ESTATAL

Sandro David Jaurena | María José Gomis [Gobierno de la Provincia de Buenos Aires - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Después de analizar la aplicación de un sistema de identidad visual en España, la ciudad Autónoma de Buenos Aires y la provincia de Buenos Aires, he detectado dentro de estas organizaciones públicas aspectos comunes que han de considerarse para obtener una implementación exitosa de un Programa de Identidad Visual. Se intentará develar para todos aquellos que tienen (o tendrán) la responsabilidad de implementar identidad visual en organismos estatales cuales son estas dificultades y cómo tenerlas en cuenta desde la planificación inicial para lograr un resultado con un margen de error mínimo, que permita una ejecución exitosa.

135. LA ANTROPOMETRÍA EN LA MODA. CRITERIOS DE IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR

Astrid Isidora Barrios Barraza [Universidad Autónoma del Caribe - Colombia]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

El cuerpo humano presenta características en su proporción, silueta y masa muscular que cambian dependiendo de aspectos sociales, culturales y económicos de una población. La antropometría se define como la ciencia que estudia las medidas del cuerpo humano, con el fin de establecer diferencias entre el individuo. Para el diseñador la antropometría especifica criterios de identificación del consumidor mediante la investigación de mercado al que va dirigido el producto con el objeto de tener una mayor participación. Para el diseñador de modas la antropometría es una herramienta que le permite saber cuales son los atributos del consumidor para diseñar prendas conformes con las necesidades del mercado objetivo.

136. LA GRÁFICA COMO SISTEMA

Isabel Margarita Leal [Universidad del Bío Bío - Chile]
12:00 hs. | Mario Bravo 1050 | SUM

El Diseño Gráfico como sistema semiótico. El concepto de semiósfera de Lotman: los conceptos de frontera y núcleo, también su visión de texto, arte y tecnología. Distinguir los aspectos de la disciplina que parecen esenciales de aquellos que son relativos y que, por lo tanto, dependen de procesos culturales o individuales. Interpretar, por el conocimiento histórico de la disciplina, por su forma de ser aplicada, de ser estudiada y aprendida, su dinámica sistémica tanto en su interior, como dentro de un sistema cultural mayor.

137. ¿QUÉ LUGAR OCUPA EL DISEÑO EN LA WEB 2.0?

Martín Miguel Barceló [Mediaexperts.com.ar - Argentina]
12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Desde su nacimiento la Web es un medio en constante expansión dentro del cual van surgiendo día a día nuevos desafíos, nuevas técnicas y nuevas tecnologías para llevar al usuario a un nivel más alto en cada paso, todo esto acompañado por el continuo crecimiento de los lenguajes de programación Web y las herramientas de desarrollo. ¿Qué lugar ocupa el diseño dentro de este ámbito? Cómo se compone el proceso de desarrollo dentro de la Web 2.0 en la cual convivimos y qué prioridad tiene el diseño por sobre las demás cosas?

138. A INSERÇÃO DO ARTESANATO NA CADEIA PRODUTIVA MOVELEIRA

Simone Bitzer | Neiva Teresinha de Andrade Kuntzler [Kubidesign - Brasil]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

Como integrar o artesanato à produtos, agregando valor ao mesmo, trazendo geração de renda a populações mais carentes e fazendo assim a integração de classes sociais e também culturas. É preciso definir de maneira mais clara o tipo de cultura que produz o artesanato, e, sobretudo, não deixar de considerar que o povo que o produz também participa do sistema integrado de comunicação, possuem rádios e assistem televisão e, mais importante, em sua maioria residem nas periferias e, mesmo morando longe, têm íntimo contato com centros urbanos, ou seja, estão dentro do sistema capitalista.

139. COMUNICACIÓN PARA MICRO EMPRENDEDORES

Patricia Iurcovich [PI Consultora en Comunicación Integrada - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

El objeto de este taller es intentar que en un encuentro de dos horas y media total (una parte teórica y otra práctica), el asistente incorpore herramientas de gestión y de contenido sobre el área de la comunicación aplicada a los microemprendimientos, logrando de esta manera aplicar dichas herramientas a una adecuada comunicación orientada a su proyectos. El mismo está dirigido a microemprendedores, profesionales independientes, comerciantes, dueños de Pymes, exportadores, estudiantes de grado, terciarios nacionales y extranjeros y de cursos afines. El taller se dictara con el apoyo de transparencias, exemplificación de casos y participación de asistentes.

140. DESARROLLAR WEBS DINÁMICAS SIN SER PROGRAMADORES Y UTILIZANDO HERRAMIENTAS LIBRES

César Mauricio [Universidad de San Martín de Porres - Perú]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | SUM

Los diseñadores a menudo aceptamos encargos para solucionar sitios dinámicos en los cuales requerimos la participación de muchas otras personas como programadores y administradores. Hoy podemos encontrar soluciones predeterminadas que incluyen módulo y componentes, fáciles de incluir y administrar. Las herramientas desarrolladas por Google Labs también brindan soluciones interesantes al respecto.

141. JOYERÍA ESPONTÁNEA

Carmen Diez [Taller Diez - Chile]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

Creación de piezas de joyería a partir de materiales no tradicionales y cotidianos, desarrollando objetos de pequeño formato como complementos del cuerpo. Basándonos en el ejercicio proyectual que toma como base la observación, conceptualización y experimentación formal desde el material.

142. ATMÓSFERA. Laboratorio de Experimentación "Diseño sin fronteras"

Gustavo Lento Navarro [UP - Argentina]
15:30 hs. | Ecuador 933

Con la "Experiencia Mandala Atmosfera" transitaremos la relación entre palabra, imagen, movimiento, sonido y percepción, diagramando imágenes que representan de manera simbólica la experiencia sonora visual de un pueblo y con ello la creación de conceptos.

Recomendaciones para los asistentes: Para esta experiencia los participantes deberán venir con ropa cómoda.

143. LABORATORIO DE INTRODUCCIÓN A LA REALIDAD AUMENTADA (parte II)

Héctor Gómez Rodríguez | Antonio Suazo Navia [Fenoma Labs - Chile]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Los conocimientos fundamentales para la implementación de aplicaciones AR, tales como modelado *low-poly*, programación 3D, diseño de interacciones, etc. Como resultado, los participantes experimentarán la realidad aumentada, mediante un ejercicio práctico creado por ellos mismos, interviniendo un espacio físico real en la facultad.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

144. MOTION GRAPHICS. PENSAR EN MOVIMIENTO

Adrián Scurci [Ozono - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Obtener las bases y fundamentos del lenguaje audiovisual para aprender a interpretar sus códigos. Dirigido a todos aquellos estudiantes y/o profesionales que tengan interés en el mundo del diseño audiovisual, la postproducción y el 3D que deseen ampliar su formación hacia este campo, e incluso personas pertenecientes a otras disciplinas que deseen conocer dicha área del diseño.

145. PRIMERO HAY QUE SABER SUFRIR, DESPUÉS AMAR, DESPUÉS... REIR!!!

Lorena Cancela [UP - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

El taller se propone introducir a los asistentes en la relación entre la comedia y el audiovisual. Los soportes ha tener en cuenta serán el cine, la TV y reflexionaremos a propósito de cómo un canal de difusión alternativo como *you tube* se transforma en una plataforma propicia para experimentar con el género.

146. SASTRERÍA: EL ARTE DE DISEÑAR UNA PRENDA

Cristina Amalia Lopez | Mario Barletta [Asociación Argentina de la Moda/Conpanac-Confederación Panamericana de Profesionales de Alta Costura/Modelba-Modadelbicentenario - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

Despertar la idoneidad por el buen gusto y la visión estética de una prenda sartorial. Introduciéndolos en el mundo del Diseño de Sastrería, accediendo a la Cultura técnica del sastre, comprendiendo los distintos pasos que llevan a la terminación final de un traje. Motivar 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.

147. ANÁLISIS DEL DESARROLLO DE CARTELES CON PERTINENCIA SOCIAL EN LATINOAMERICA

Amarilis Elías [Universidad del Zulia - Venezuela]
15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.6

Se presenta el análisis del trabajo de diseñadores Latinoamericanos que han volcado sus propuestas al desarrollo de carteles con pertinencia social. Estos presentan calidad estética, buen manejo del medio expresivo con que se vienen realizando, ganándose un puesto primordial en las creaciones visuales del ámbito mundial, por poseer un concepto claro y saber qué es lo que se quiere decir y a quien va dirigido el mensaje, lleva implícita la concientización de la ciudadanía, en áreas prioritarias que están desarrollando problemáticas que afectan a grupos de la sociedad, con la finalidad de buscar su pronta solución.

148. CREATIVIDADES III. DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Nicolás García Mayor [AR Estudio - Argentina]
15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

De la idea al producto, del producto al público. Creatividades está enmarcado en un grupo de charlas fundadas desde la actividad creadora y el desarrollo de nuevos productos hasta llegar a la satisfacción del cliente y, por sobre todo, del diseñador.

149. CUSTOMIZACIÓN DE PRODUCTOS EN CHINA

Mariana Bellido [X4 Corp. - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Un panorama de la incidencia cada vez mayor del gigante asiático en el resto del mundo, y sobre todo en el ámbito del diseño como productores número 1 de todo lo que puede verse hoy en el mercado y se verá en los próximos años. Cómo comunicarse y lograr un óptimo resultado sin frustraciones.

150. DESIGN E A EMOÇÃO HUMANA - PROJETANDO EXPERIÊNCIAS EMOCIONAIS/ SENSORIAIS

Fabio Brazil [Labmattar Branding - Brasil]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Com base em estudos realizados por profissionais de diversas áreas, tais como psicologia cognitiva, neurociência, ergonomia, antropologia, e na pesquisa realizada sobre produtos e idéias compatíveis com o tema, propõe-se através deste trabalho uma apresentação teórica e prática de aspectos relevantes do design emocional, justificando a importância da teoria com relação ao projeto do produto.

151. E-MARKETING

Silvina Giaganti [Agencia SG / A+SG - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Como se diseña una campaña de mail promocional o e-mail marketing. Las ventajas y beneficios de estas campañas. Tipos de e-mail marketing, cómo se evalúan y se analizan los resultados. Manual de armado de e-mail marketing.

152. EL CARÁCTER DÉBIL DE LO PÚBLICO

Santiago Restrepo Vélez [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

La reflexión gira en torno al carácter "débil de lo público", un concepto propuesto para explicar cómo la esfera del espacio público la hemos concebido dentro de las relaciones que tienen un carácter fuerte y vinculante. Se trata de ver en los quiebres, en las discontinuidades, lo débil y lo frágil que se encierra en el espacio público. Revaluar la idea de que el espacio público es fuerte. Demostrar que a través de los registros estéticos que caracterizan el espacio público, la alteridad es su naturaleza dinamizadora.

153. EMPREENDEDORISMO APlicado ao DESIGN. ENSAIO METODOLÓGICO EM PROL DE UM DESIGN(ER) PROATIVO.

Marcos Breder [Universidade Fumec - Brasil]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

O design de produtos tem evoluído consideravelmente em todo mundo, com sua crescente inserção estratégica nas empresas. Contudo o ensino de design está voltado para aplicação de metodologias ditas "clássicas", repassando ao discente os valores estabelecidos nos anos anteriores de consolidação do design nas empresas brasileiras. É necessária uma revisão do ensino acadêmico, procurando dialogar com uma nova ordem mundial, notadamente mais ampla em seus alcances e projeções. Se nos anos anteriores a preocupação acadêmica estava circunscrita à inserção do jovem designer no mercado de trabalho, agora deve estar ligada à edificação de profissionais capazes de pensar e produzir inovação.

154. LA INNOVACIÓN EN DISEÑO INTERVIENE FUERTEMENTE LAS TENDENCIAS CULTURALES

Jorge Luis Vidoletti [El Cubo -Lugar de Teatro-Argentina]
15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Cómo interviene el diseño (desde la arquitectura hasta el diseño gráfico) volviendo un barrio de "mala muerte" en uno de los centro de atracción cultural y turística más innovador de la ciudad. El fenómeno del teatro off Corrientes revoluciona el Abasto y el teatro porteño. La gestión combinada público-privada tiene 10 veces más potencia que la mejor gestión oficial.

155. O TRINÔMIO ECODESIGN, MATERIAS E ARTESANATO

Luis Henrique Alves Cândido [Centro Universitário Feevale - Brasil]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

CANCELADA

A proposta demonstrara um estudo de caso de projeto, que visa introduzir, na comunidade e na indústria, o conceito de desenvolvimento de produtos com foco no ecodesign, através do reaproveitamento de materiais descartados pela indústria, onde será demonstrada a importância do trinômio: alunos de design, da comunidade e da industria, na solução de problemas ambientais.

156. SOBRE EL OFICIO DEL GUIONISTA

Alejandro Celis [Mandril - Comores]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

La búsqueda de una gramática audiovisual de la palabra escrita que sea capaz de responder a nuevos formatos audiovisuales, pero que no renuncie a la necesidad de comunicar. En ese orden de ideas, la teoría y la práctica se encuentran en el escenario de los nuevos medios, con las dificultades que supone la necesidad creciente de producir en cortos períodos de tiempo sin renunciar a la calidad de los contenidos.

157. YO, DISEÑADOR. TU, CLIENTE

Ricardo Acosta García [Acosta García - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Situaciones frecuentes que el diseñador atraviesa en sus primeros trabajos, como disparador para el análisis de presentaciones de la actitud del diseñador hacia su profesión y hacia sus clientes. La actitud del diseñador, partiendo de situaciones cotidianas y su actitud frente al cliente. Consejos para mejorar la relación y enfrentar objeciones.

158. CONFERENCIA 2 | NORBERTO CHAVES

Norberto Chaves [Argentina]
16:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Auditorio

159. 10 IDEAS PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Martín Fernández [Whycomm S.A. - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Errores frecuentes y hábitos saludables para la comunicación interpersonal, adentro de las organizaciones. Las diferencias centrales entre los conceptos de comunicación e información, y cómo estos conceptos son útiles en nuestras relaciones personales. Favorecer la reflexión sobre el impacto de la comunicación interna en el clima organizacional. Cómo la comunicación entre las personas mejora el rendimiento de los equipos de trabajo. Estimular la proactividad y favorecer el pensamiento creativo.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

160. COMPETITIVIDAD COMO INSPIRACIÓN DE IDENTIDAD

Adrián Cohan [Cohandesigngroup - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Casos prácticos de construcción de una identidad de marca a través de la generación y el desarrollo de productos competitivos. Se mostrarán desarrollos de varios productos desde el concepto hasta la producción, entre ellos artefactos de iluminación, accesorios y elementos sanitarios, equipos electrónicos y productos eléctricos. Definición y correlación entre identidad y competitividad. Construcción de identidad por diferenciación. Cómo incide la identidad en una familia de productos. La identidad de marca en el re-diseño de productos.

161. COMUNICACIÓN INTEGRAL. ES IMPOSIBLE NO COMUNICAR

Sandra Di Lucca [Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Hablaremos sobre la comunicación que se establece en los distintos ámbitos de trabajo y desarrollo. Desde la vestimenta, los gestos y la forma de expresarse hasta cómo comunicar una entidad corporativa a las audiencias *target*. Uso de canales de comunicación, Cuándo cuál? Estrategias adecuadas para el logro de objetivos de negocio.

162. DESIGN DE INTERFACES: A TECNOLOGIA COMO FATOR LIMITANTE

Marshal Lauzer [Feevale - Brasil]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Uma analise da evolucao do Desenho de Interfaces gráficas em sites da www, no periodo de 1996 a 2008, tendo em vista a interferência dos recursos tecnológicos no resultado final destes desenhos. Desde o inicio da internet, o resultado final das interfaces gráficas (seus leiautes) sempre foram baseados nas limitacoes impostas pelas tecnologias disponíveis naquele período. Desta forma, os leiautes apresentados não seriam o que os designers queriam apresentar, e sim o que era possível, tendo em vista as condições tecnológicas disponíveis.

163. DISEÑO DE PRODUCTOS DIGITALES EDUCATIVOS

Luis Alberto Lesmes | Oscar Javier Cardozo
[Universidad Autónoma de Colombia - Colombia]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Propuesta metodológica que orienta sobre el diseño de productos digitales educativos desde un enfoque pedagógico pero con una mirada de diseñador. Establece una serie de pautas a seguir, reconociendo principios, orientaciones y necesidades propias de este proceso. Las ideas expuestas hacen parte de un proyecto de investigación que desarrolla elementos digitales multimedia para la enseñanza del diseño industrial.

164. DISEÑO GRÁFICO Y LECTURABILIDAD. ALGUNOS EJEMPLOS DE INTERVENCIÓN EDITORIAL EN LIBROS PARA NIÑOS

Diego Fernando Barros [Grupo Editor Aique-Larousse - Argentina]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.6

En el amplio conjunto de intervenciones editoriales de que es objeto un libro a lo largo de su complejo proceso de producción, las relacionadas con el diseño gráfico y, particularmente, las que tienen que ver con la relación texto-imagen resultan decisivas. Sin embargo, en el caso de libros destinados a niños, estas decisiones son las que

C pueden poner a prueba, de manera crucial, una eficaz lecturabilidad por parte de los lectores a los que el material está destinado.

165. EL DISEÑO EN EL CUERPO. ENTRE EL RITUAL Y LA ESTÉTICA

Ana Laura Cantera | Alejandra Ferruccio
[Arte Tres Peces - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Ánalisis formal del tatuaje a partir de las siguientes consideraciones: El análisis de la forma, el sistema simbólico y su funcionalidad mítica-religiosa o social.

166. EL MÉTODO DE DISEÑO, LA ALGORITMIA CREATIVA

Edward Zambrano Lozano | Liliana Sofía Palma Hernández [Escuela de Artes y Letras - Colombia]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Diseñar es ante todo sistematizar. El acto proyectual exige la generación de algoritmos creativos que minimicen la fallabilidad del proceso creativo. La complejidad de la estructura proyectual, permite la iteración probable entendida como la posibilidad de generar respuestas apropiadas a las solicitudes particulares de los actores del sistema de uso.

167. EL TRABAJO EXITOSO DE UN EMPRESARIO DE MODA

Rocío Lecca [Instituto Superior Tecnológico Chio Lecca - Perú]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Las 7 leyes de la espiritualidad del éxito, de la importancia en la claridad de nuestros objetivos, de la audacia y tenacidad. La marcada importancia de tener una proyección y planificación de nuestra vida tanto en lo cotidiano como en lo mediano y largo plazo. De ser realista y asertivo especialmente en nuestra toma de decisiones.

168. GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCAS DE DISEÑO

Elda Llamas [UP - UCES - Argentina]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

Las marcas de diseño, que difieren en algunos aspectos de las marcas de consumo, requieren de un enfoque estratégico propio para gestionar con éxito su valor competitivo o equidad de marca. Emprendimientos de diseño y diseñadores, enfrentan el desafío de asegurar la competitividad, la vigencia y la rentabilidad de su marca a través del tiempo. Una perspectiva que proporciona instrumentos de gestión para medir y controlar la transición de la marca gráfica a equidad de marca al ingresar en el juego del mercado.

169. MUTAÇÕES DA MENSAGEM PUBLICITÁRIA CONTEMPORÂNEA

Camila Morales [Pucrs - Brasil]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Muito se investiga sobre as alterações contemporâneas do layout publicitário, porém pouco se verifica como a adoção de estilos mais transgressores, pós-modernos, afetam aspectos persuasórios da peça. Os processos de construção de mensagens em tempos pós-modernos, sendo útil tanto aos que desejam respostas para as questões práticas, quanto para aqueles que realizam pesquisas teóricas.

170. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO TOTORA

Paolo I.G. Bergomi [Bergomi SCA / Gruppo Bergomi - Argentina]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

El Proyecto Totora es una iniciativa del Instituto para la Innovación Integral, la Academia de Artes Visuales del Estado de Stuttgart y la Asociación Latinoamericana de Diseño Aladi. Sus objetivos son: Transferencia de la tradición local a los mercados contemporáneos. Fomento del uso de recursos y talentos locales a través de la innovación. Capacitación de los artesanos locales para la creación de negocios. Incrementar la diversidad de las soluciones *portfolio of humanity*.

171. REALIDADES GRÁFICAS DE UN MUNDO VERSÁTIL

José Luis Piriz [Comercio Digital Bolivia - Bolivia]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

En la composición gráfica convencional, el elemento esencial es el mensaje a interpretar. En este entendido, el diseñador gráfico no puede ser más el hacedor del mensaje, sino su más influyente intérprete.

172. CREATIVIDAD: IDEAS Y FORMATOS PARA LOGRAR IMPACTO Y RESULTADOS [Espacio AMDIA]

Ezequiel Zamagni | Natalia Cerain | Hernán Pueyrredon [Rapp Argentina - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

En el marketing directo, la creatividad es una herramienta clave. Es esencial el impacto, y trabajar en formatos originales e innovadores es una forma de lograrlo.

173. GAG 1 CREATIVIDAD PARA EL HUMOR PUBLICITARIO GRÁFICO

Carlos Sánchez [Total Austral - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Un marco teórico práctico básico para iniciar a los asistentes en la génesis del humor publicitario (en este caso, gráfico). Se trata de un taller dividido en 2 partes, para trabajar con creativos publicitarios, redactores, diseñadores y público en general, interesados en la semiótica del humor.

174. EL CONCEPTO DE LENGUAJE Y LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

Guillermo Jorge Olguin | Lucía Castellano [U.N.C. - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

La relación entre la tecnología y el lenguaje, entendiendo al primero como factor posibilitante de la generación de formas y al segundo, en un camino inverso, como "provocador" de desarrollos tecnológicos. Se ejemplificarán los conceptos a través de imágenes del mundo objetual del Diseño.

175. LA IDEA Y EL STORYLINE EN EL GUIÓN AUDIOVISUAL DE FICCIÓN

Alberto Harari [UP - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

Un primer contacto con 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.

176. OBRERO DEL DISEÑO

Gonzalo Esquivel [Arbol de Color - Chile]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

Aventuras y peripecias de un diseñador gráfico que debe desdoblar y reinventar cada vez su oficio para transformarse en un multidiseñador, ese "mártir" del diseño que crea el

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

concepto, la presentación que lo vende, diseña escenario, hace los originales para imprenta e incluso a veces maneja la camioneta de la agencia. Hablemos sobre como dejar de ser "artistas" y convertirnos en "obreros del diseño". Materiales sugeridos para los asistentes: lápices, plumones, revistas, pegamento y tijeras.

177. PERIODISMO DE MODA

Luz Moyano [Moda21 - Argentina]

18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Teoría y práctica del periodismo de moda. Análisis de crónicas de desfiles para publicar en medios gráficos. Redacción de gacetillas y notas de color.

178. STICKER ART: EXS 09

Jair Guilherme Cordeiro [Expo Stickers - Brasil]

18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

Através do conhecimento adquirido principalmente com a realização da Expo Stickers 2008, a oficina "Sticker Art: EXS 09" busca mostrar como foi o evento passado, como será o próximo e também contribuir com a divulgação dessa jovem modalidade artística. Com papel adesivo, caneta e tesoura, um novo sticker surge e então parte rumo às ruas de um grande centro urbano. Em vários casos, não apenas um grande centro, mas um novo continente é conhecido, após uma longa viagem dentro de um pequeno envelope.

Requerimientos: lápices, lapiceras, bolígrafos. Materiales sugeridos: papeles (distintas texturas, colores y gramajes). Cintas de color, seda, raso, telas a elección. Herramientas de corte (cuchillo cartonero, tijera). Regla, compás, escuadra, etc.

179. 3 PASOS PARA DISEÑAR UNA NARANJA

Julián Ortiz Cordero [Red Latinoamericana de Diseño - Argentina]

18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula SUM

Este planteamiento presenta al Diseño conceptual en su configuración mas general como el reconciliador entre el objeto, producto y entorno; la racionalización entendida como un análisis sobre la razón de la profundidad de los conceptos y términos que sitúan la importancia de la comunicación en un evento social actual, nos presentan discusiones en un mapeo sobre las dinámicas, prácticas y discursos del diseño.

180. COMUNICACIÓN EN LA WEB 2.0

Alejandro Palma [Universidad del Pacífico - Argentina]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Cómo funciona el esquema participativo en la internet 2.0. Dónde y cómo está fluyendo la información, cuáles son las ventajas y cómo los diseñadores gráficos podemos afrontar este tema que está revolucionando las comunicaciones.

181. CONCEPTOS FUNDANTES PARA EL DISEÑO DEL PAISAJE

Adriana Davidovich [Universidad Nacional de Rosario y Torcuato Di Tella - Argentina]

18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Es de conocimiento corriente que el paisajismo conforma una disciplina multireferencial constituida por una serie de sub-disciplinas complementarias sobre la que se ha escrito en forma abundante. Las presentes reflexiones intentan hallar intersticios a través de los que abordar algo más que una teorización discursiva, ineficaz para la práctica y resolución del proyecto de los complejos, vastos y variados espacios del espacio abierto.

182. DISEÑO COMUNICACIONAL DE VALORES (BILLETES)

Francisco Julio Bellizzi [Casa de Moneda S.E. - Armenia]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Se observará "El Diseño de Valor" desde la operación conjunta de todas sus partes, pero se discutirá cómo el Diseño se ve condicionado por la seguridad y también por el hecho intencional y comunicacional de una determinada sociedad en un determinado tiempo. Hoy en el Campo de "el valor", el Diseño encuentra caminos que convergen entre la técnica y lo ilustrativo, pero suma el concepto de mensaje. El análisis y las comparaciones pertinentes se realizarán sobre piezas de diseño de valor: Billetes de la mayoría de los países de América latina.

183. DISEÑO DE INTERACCIÓN EN BRASIL: UNA PROFESIÓN EN FORMACIÓN

Erico Fernandes Fileno [Instituto Faber-Ludens de Design de Interacción C.E.S.A.R. - Centro de Estudios e Sistemas Avanzados do Recife - Brasil]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

El trabajo del diseñador está conociendo nuevas posibilidades. Nuevos caminos están siendo creados y el diseño de interacción es uno. El diseñador de interacción dentro de un instituto de investigación aplicado a las industrias y al mercado.

184. DISEÑO EDITORIAL: ENTRE CORONDELES Y TIPOS

Daniel Ghinaglia [El Universal - Venezuela]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Las principales características de los medios editoriales [Revistas, periódicos y libros] y los elementos -conceptuales, tipográficos, cromáticos y técnicos- relacionados con el desarrollo de todo el material editorial.

185. E-MODA: MODA ÉTICA, ÉTNICA Y ECOLÓGICA

Mencia Olivera Aramburu [Instituto Chio Lecca - Perú]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

En el mundo de hoy hay tres conceptos que deben estar involucrados en la moda: la identidad cultural de los pueblos latinoamericanos, la responsabilidad ética y social y la responsabilidad con el medio ambiente, la ecología. El diseño genera trabajo alrededor del mundo y los latinoamericanos debemos ser los que velemos por la integridad de su práctica en nuestras naciones, dando el ejemplo de generar moda con responsabilidad.

186. HISTORIA DE LA TIPOGRAFÍA EN URUGUAY

Vicente Lamónaca | Gustavo Wojciechowski
[Taller de Comunicación SRL - Uruguay]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S1.3

Recorrido por la historia de la tipografía en el Uruguay. Desde los comienzos hasta nuestros días y sus posibles escenarios futuros a la luz del nuevo movimiento tipográfico nacional. La importancia de las nuevas tecnologías en el desarrollo y la difusión de las actividades nacionales en el contexto regional y la inserción en lo global. Aspectos formales, educativos, políticos, comerciales, etc.

187. LA EXPERIENCIA DEL USUARIO COMO ANCLAJE PARA EL LANZAMIENTO DE PRODUCTOS [Espacio AMDIA]

Marta Cruz | Rocío Posadas | Rocío Posadas
[MRM Worldwide - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Entendiendo los desafíos que nos impone la generación de los que crecieron en la era de internet, podemos producir resultados sorprendentes a la hora de lanzar nuevos productos. Generar una experiencia atrapante con los futuros usuarios de nuestros productos no es tarea sencilla. Pero se puede lograr si nos animamos a experimentar, jugar, interactuar, compartir y desafiar a nuestros futuros clientes.

188. LA VISIÓN ESTRATÉGICA EN EL DISEÑO

Adrián Folco [Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Analizar los principales problemas en la gestión de proyectos de diseño y proponer una mirada interdisciplinaria que redefina el rol del diseñador, acorde al actual contexto del mercado.

198. O HOMEM NA MODA: PANORAMA DA MODA MASCULINA NO BRASIL DE 1990 A 2008

Adair Marques Filho [Universidade Federal de Goiás - Brasil]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Uma reflexão em relação às últimas tendências comportamentais masculinas à partir dos anos de 1990 até a contemporaneidade, refletindo sobre as mudanças estéticas experimentadas pelo público masculino nos últimos anos através de análises visuais de catálogos de moda e revistas especializadas no Brasil.

190. VIDEO COLECTIVO EN INTERNET

José Alejandro López [Pontificia Universidad Javeriana - Colombia]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

La expresión "video colectivo en Internet" se le suele asignar a trabajos realizados por diferentes personas con el objetivo de colaborar en un video específico para la red. En este texto se trata a esta expresión analizando, desde su significado filológico, al video (del latín *vid*: "ver" y *eo*: "yo"); a lo virtual (del griego *virtus*, fuerza, potencia, que tiene la virtud para producir un efecto (a esta palabra se le opone lo "actual"). El análisis lleva a la conclusión de que Internet se ha convertido en el video más grande del mundo, al cual múltiples variables colaboran.

191. ¿SEMI-ARTESANAL O SEMI-INDUSTRIAL? MODELOS DE PRODUCCIÓN PARA ESTAS LATITUDES

Carlo Nicola | Agustín Menini [Menini-Nicola - Uruguay]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Desde hace un tiempo se ha comenzado a identificar un nuevo modelo de producción, diferente a la seriada pero que mantiene sus estándares de calidad y con un lenguaje artesanal más actual. La demanda de productos únicos y cada vez más personalizables está cuestionando el modelo de producción en grandes cantidades. Los pequeños talleres se tornan cada vez más fuertes, debido a su capacidad de generar series cortas o productos notoriamente diferenciados. La práctica de diseño sustentable considera cada vez más el trabajo de los talleres de bajo consumo energético, mano de obra local y modelos productivos propios del lugar de origen. Frente a esta realidad, el diseñador debe involucrarse en el taller y lograr innovar sin inversiones tecnológicas importantes y mejorando la productividad, ayudando a convertir el taller en una empresa competitiva.

192. CONFERENCIA 2 | FELIPE TABORDA

Felipe Taborda [Brasil]
19:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula Magna

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

193. ANIMACIÓN EXPERIMENTAL EN LATINOAMERICA

María Marta Gama Castro [Universidad Militar Nueva Granada - Colombia]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

La animación vista desde el punto de vista del creador. Romper con los esquemas comerciales el dibujo animado, volviendo a los estilos vanguardistas de los europeos. La animación en Latinoamérica, se ha visto forzada a abrirse campo en estilos comerciales, pero desde la academia se quiere lograr que cada técnica aplicada sea una obra de arte influenciada por artistas de diferentes épocas en el arte latinoamericano. Ejemplos de animaciones de los estudiantes de la Universidad Militar de Bogotá.

194. APROXIMACIÓN SOCIOCULTURAL AL CAMPO DEL DISEÑO

Salvador Salazar Gutiérrez | Martha Mónica Curiel García [Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - México]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

El Diseño como disciplina teórico-crítica debe ser entendido desde la lógica de campo de conocimiento. Aproximarse desde la perspectiva sociocultural al Diseño implica comprenderle como un escenario de múltiples disputas a partir de diversas construcciones que definen tendencias conceptuales y prácticas. Representación, narrativas, práctica, son procesos constitutivos del Diseño en cuanto campo de conocimiento, y el análisis de lo cultural, entendido como la construcción de sentido dada a partir de constructos de significación, nos lleva a comprender al Diseño como producto y productor cultural.

195. CASOS DE EMPRENDEDORES EN EL DISEÑO

Mario Spina [Redargenta Ediciones - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Ver como otros diseñadores llevaron adelante su "idea" transformándola en una "oportunidad de negocios". En base a casos reales, o modelos de rol, conocer los aspectos determinantes para el éxito de un emprendimiento relacionado con el diseño.

196. DESIGN NA AMAZÔNIA: QUESTÕES VISUAIS E PARA A SUSTENTABILIDADE

Fernando Soares [Fernando Hage - Brasil]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Breve panorama contemporâneo do design gráfico e moda do Estado do Pará (Brasil), através dos trabalhos de Mapinguari Design, Libra Design, Impulso Design, Ná Figueiredo, Riquezas da Amazônia, EUBELEM e Yê Mara. Relacionando esta produção aos padrões visuais de uma identidade amazônica formada através da história, além de relacionar alguns projetos a um design voltado para a sustentabilidade, com o eco-design e o relacionamento com comunidades de artesãos, espera-se criar uma visão da Amazônia a partir de designers que habitam e atuam nela, mostrando o importante papel dessa profissão no fortalecimento de uma cultura.

197. DISEÑO DE PACKAGING ORIENTADO AL PROCESO PRODUCTIVO

Gustavo Grobe [Laboratorios Andrómaco S.A.I.C.I. - Argentina]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S.1.3

Los problemas y contratiempos que se presentan luego de concluir la etapa de diseño. Detectar puntos críticos que se deben tener en cuenta en las fases iniciales de un proyecto de lanzamiento, que minimicen el impacto en los proveedores y el proceso de envasado.

198. EL DISEÑO GRÁFICO EN LOS MERCADOS LOCALES Y REGIONALES

Pedro Tissier | Santiago Benavidez | Sebastián Angel Rizzardi [Nomade Comunicación Visual - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Panorama regional de la actividad del diseño y su expectativa como mercado en expansión dentro de una franja de mejores recursos y actividades colectivas y culturales. Cómo abrir nuevos mercados dentro de una economía regional. Trabajos de integración con actividades de la Universidad Nacional del Centro, Área Secretaría de Cultura-Tandil Buenos Aires.

199. EL TRAZO

Christian Schrader Valencia [Universidad Jorge Tadeo Lozano - Colombia]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Tres temas fundamentales para el ejercicio del Diseño Gráfico: el trazo, la creatividad y el ensamblaje de objetos. Pocas manifestaciones del hombre reflejan tan fielmente su personalidad: el trazo expresado en la escritura, el dibujo y el Diseño: líneas y trazos son la energía pura del movimiento armónico, representadas con la pasión del ser y la revelación del Espíritu: el trazo es diseño en cuerpo y alma. Reutilizar objetos y ensamblarlos en la construcción de nuevas formas, es crear obras cuyo diseño es el producto de la interacción armónica que dan vida a instalaciones iluminadas.

200. GESTIÓN DE MARCAS PARA EMPRESAS B2B

Paulo Henrique Bittencourt [Sarau Comunicação Entre Empresas - Brasil]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

El ambiente del Marketing Industrial (B2B) tiene peculiaridades y circunstancias únicas comparadas con el Marketing de Consumo (B2C). Por ello, la gestión de una marca en dicho universo también necesita un planteo de forma diferente. En una lógica B2B, las relaciones se establecen entre empresas. Pero como las empresas se dirigen por seres humanos, lo que cuenta en realidad es el P2P (Person 2 Person). De esta forma, presentaremos una metodología para identificar piezas clave dentro de cada corporación y desarrollar estrategias de aproximación con esos individuos, transformándolos en verdaderos héroes en la transmisión de las cualidades de la empresa.

201. LA CREATIVIDAD EN EL DISEÑO DE MOBILIARIO LATINOAMERICANO 09

Gastón Girod [Estudio GG + Diseño - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

El mobiliario como elemento vinculado a la sociedad de consumo es el reflejo actividades del hombre, de los avances y retrocesos del ser humano. ¿Es que el mobiliario actual refleja los modos de vida de nuestro tiempo, o seguimos proyectando objetos para usos que ya han cambiado? Solo reflexionando acerca de la evolución en el campo de los procesos productivos, lo creativo, lo morfológico, lo funcional, lo innovativo de los materiales y el uso de los muebles en las sociedades, podremos tener una visión crítica e imaginativa que se acerque a las nuevas necesidades de nuestra gente.

202. MODA, IDENTIDADE E COMUNICAÇÃO

Paula Garcia Lima [Universidade Federal de Pelotas - Brasil]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

O presente trabalho é resultante de uma monografia de graduação e aborda a moda como um fenômeno que

possibilita satisfazer a necessidade dos indivíduos de expressar identidades e individualidades. A partir desta hipótese objetivou-se contextualizar o surgimento desta necessidade que, de acordo com Lipovetsky, surgiu durante a Idade Média. A seguir, a partir de autores como Barnard e Treptow, aborda-se o surgimento da moda propriamente dita e o seu paradoxal papel neste processo de individualização das pessoas.

203. PRUEBA DE DESEMPEÑO DE PRODUCTOS

Federico Paterson [INTI - Instituto Nacional de Tecnología Industrial - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Estas pruebas buscan acercar al consumidor toda la información necesaria para que éste pueda realizar una correcta comparación, selección y compra de productos. Las empresas definen qué características y prestaciones brindará el producto, qué información transmitir y cómo hacerlo. El diseño constituye el instrumento adecuado para desarrollar el producto, y disponer la información de manera tal que genere niveles de lectura para poder así comunicar de un modo directo aquellos datos que se desea destacar. Entre sus objetivos se destaca aquel de concientizar a la comunidad acerca de las normas de calidad y seguridad que los productos de consumo masivo deben cumplir, difundiendo información que oriente hacia una mejor elección de compra, en resguardo del bienestar.

204. RETOQUE DIGITAL CON PHOTOSHOP

CS4 [Espacio Digital Design]
Marcelo Monzón [Photomagazine - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Las principales técnicas de retoque digital a través del uso profesional de las herramientas involucradas en ese proceso, así como los ajustes necesarios para lograr un perfecto equilibrio de color, una de las mayores problemáticas en el retoque fotográfico. Se conocerán las nuevas herramientas presentadas en Photoshop CS4, así como las opciones equivalentes en versiones anteriores, destacándose principalmente el proceso de trabajo con: Capas, Canales, Máscaras, nuevas herramientas de producción, automatización de tareas, filtros, etc.

205. WEB 2.0: USANDO WEBSTANDARDS NO DESENVOLVIMENTO DE SITES WEB

Marshal Lauzer [Feevale - Brasil]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

O termo Web 2.0 foi usado pela primeira vez em 2004 como nome de uma série de conferências sobre o tema, popularizando-se rapidamente a partir de então. Tratou-se de uma constatação de que as empresas que conseguiram se manter através da crise da Internet possuíam características comuns entre si, o que criou uma série de conceitos agrupados que formam o que chamamos Web 2.0. Nesta conferencia detalhamos estos conceitos e apresentamos algumas das tecnologias usadas neste contexto.

JUEVES 30 DE JULIO: 104 ACTIVIDADES

206. UNIVERSO. Laboratorio de Experimentación "Diseño sin fronteras"

Gustavo Lento Navarro [UP - Argentina].
Profesor invitado Demián Schwarz
10:00 hs. | Ecuador 933

Con la "Experiencia Mandala Universo" transitaremos la relación entre palabra, imagen, tribu, unión y percepción, generando mapas que representan de manera simbólica la integración de un pueblo y con ello la creación de conceptos.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

207. A IMIGRAÇÃO MEXICANA NA CALIFÓRNIA SOB O RETRATO DO LIVRO-REPORTAGEM

Irvana Chemin Branco | Christian Miguel da Silva
[Universidade Estadual de Ponta Grossa - Brasil]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Resultados parciais de uma pesquisa para trabalho de conclusão de curso na área de Comunicação – Jornalismo. A discussão gira em torno da defesa do suporte livro-reportagem como a melhor opção de retrato do fenômeno migratório entre México e Estados Unidos, em específico da situação que envolve mexicanos que emigram para o estado da Califórnia. Trata-se de uma discussão não só sobre o conteúdo, mas também sobre a forma mais adequada para dar visibilidade ao tema. Discutem-se conceitos de jornalismo internacional, livro-reportagem e jornalismo literário.

208. ARTEFACTO EDUCATIVO MECATRÓNICO PARA SER UTILIZADO EN TERAPIAS DE TRATAMIENTO DE LAS DIFICULTADES DE APRENDIZAJE

Jorge Molina | Oscar Blanco [ULA - Venezuela]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

El proyecto está basado en el Diseño y elaboración de un producto con características Mecatrónicas en sus funciones, destinado a ayudar a superar a los niños del segundo y tercer grado las diferentes dificultades de aprendizaje, se tomo este segmento de la población escolar debido a que representa el primer eslabón de la cadena.

209. CÓMO ARMAR MI PORTFOLIO

Angeles Behotegui [Diseñoclub - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Asesoramiento sobre los ítems más destacados para la búsqueda profesional exitosa de un diseñador gráfico. Se evaluarán los portfolios de los asistentes que así lo deseen, tanto material digital como carpetas de presentación. Traer trabajos en formato digital en un pendrive. Se respetará el orden de llegada.

210. COMUNICAÇÃO VISUAL URBANA: UM ESTUDO DE CASO

Fabiano Scherer | Carolina Bustos [ESPM - Escola Superior de Propaganda e Marketing - Brasil]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Este trabalho trata do estudo da comunicação visual urbana, através do viés da poluição visual e de diferentes métodos de definição e registro da mesma. O conteúdo apresentado é a parte inicial de uma pesquisa em andamento que investiga dentro de um campo multidisciplinar a relação entre o espaço urbano e a inserção de elementos de comunicação, através da análise da percepção visual ambiental, do design emocional e do design universal. Procura-se assim, dentro do campo do design, trazer à tona as relações entre a paisagem urbana e comunicação.

211. COMUNICACIÓN PARA DISEÑAR

Néstor Sexe [Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, UBA - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

Se trata de un taller conceptual en el cual se desarrolla la aplicación de conceptos comunicacionales a partir de objetos o casos de diseño propuestos por los participantes.

212. CREACIÓN DE IMÁGENES PARA PACKAGING

Marcelo Otero [Marcelo Otero Ilustrador - Austria]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Creación de imágenes para packaging de marcas de primera línea de alimentos, productos de limpieza y otros que se

basen en la imagen como sostén principal del producto. Ejemplos desde el boceto, la elección de estilo, y el paso a paso hasta lograr la imagen final.

213. DISEÑANDO EQUIPOS QUE DISEÑAN

Mariano Durlach [Arquitraining - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Aspectos básicos de cómo se construye un equipo de trabajo armonioso y efectivo, brindando herramientas de comunicación eficaz y liderazgo.

214. DISEÑO Y COMERCIALIZACIÓN DE LA "A" A LA "Z" REMIXADO

Patricio Horischnik [Azienda - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9 (Esta actividad tendrá una duración especial de 2 hs. 45 min.)

La experiencia profesional, comercial y empresarial de un emprendimiento con un crecimiento y posicionamiento único en el mercado, resultado de la crisis argentina del año 2001.

215. EXPERIENCIAS VISUALES DE LO REAL EN EL CINE DOCUMENTAL

María Laura Ríos [UP - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

Espacio de indagación acerca de la imagen documental en la actualidad, tomando como punto de partida el problema del realismo visual en el cine.

216. HACIA EL FUTURO DE LA INDUSTRIA TEXTIL

Julietta Gayoso [Indarra.DTX - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Móviles para elegir esta rama de la industria: una nueva revolución textil. Razones para integrar tecnología, ciencia y naturaleza: pros y contras. Proceso de segmentación de mercado: buscando el *target* consumidor. Posicionamiento de la marca: valores de funcionalidad vs. diseño. Canales comerciales: puntos de venta no convencionales. Venta y mercado: aprendiendo de la inexorable voz del mercado. Desarrollo del caso de la compañía argentina Indarra.DTX.

217. ILUSTRACION DE MODA & CREATIVIDAD

Luz Moyano [Moda21 - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | SUM

Ejercicios de ilustración y creatividad. Cada asistente podrá experimentar "la ilustración de moda" de una manera creativa y personal, con sus propios talentos y herramientas. Los alumnos deben traer hojas y materiales para dibujar y pintar y alguna revista de moda.

218. LA ACCESIBILIDAD COMO SISTEMA: DEL URBANISMO A LA WEB

Gustavo Bennun [Accesible - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

La accesibilidad y el diseño universal desde una visión integral del proyecto. Propuesta de una forma de incorporación al ejercicio profesional cotidiano enfocando el aspecto técnico y desvinculado de la actitud militante combativa a la que este tema nos tiene acostumbrados.

219. LA IMAGEN LO ES TODO. DISEÑO DEL PORTFOLIO DEL DISEÑADOR

Gabriel Cordal Bolioli [Instituto de Enseñanza del Uruguay S.A. - Academias Pitman - Uruguay]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

La importancia que tiene el buen diseño del portfolio o book en la carrera del diseñador en cualquiera de sus áreas. Qué hacer y qué no. Técnicas para mejorar y experimentar esta herramienta tan útil para ingresar al difícil mundo del diseñador y quedar bien posicionado.

220. LA INTERVENCIÓN EN EL PAISAJE URBANO COMO PATRIMONIO HEREDADO

Ana María Cicchini [Facultad de Arquitectura UNR, ISET 52 Instituto Superior Diseño del Paisaje - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

El Paisaje es un espacio vital en el cual se produce la interacción entre la naturaleza y el hombre. No es patrimonio de los individuos, sino que es una creación y un bien social. Utilizamos "paisaje cultural" como una cualificación que define la forma y el uso social de una porción del espacio terrestre, enriqueciendo la acepción del término territorio que hace prevalecer los aspectos funcionales-productivos y político-jurisdiccionales, y la de ambiente, donde prevalecen los aspectos ecológicos. El paisaje cultural aparece como el resultado de modificaciones del ambiente operadas en función del uso social de los recursos del territorio.

221. MARKETING AUDIOVISUAL: EL MERCA- DO DEL ENTRETENIMIENTO AUDIOVISUAL

Pablo del Teso [DPA Consultoría de Proyectos Audiovisuales - Argentina]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

La conferencia pone el foco sobre un tema que ha sido pocas veces abordado por la industria del cine: el marketing. Plantea un análisis de la dinámica de los mercados relacionados con lo audiovisual (el cine, el video y la televisión, la distribución internacional de películas) y extiende su horizonte hacia los mercados auxiliares que se ponen en marcha a partir de un producto audiovisual (el mercado discográfico, editorial, de *remakes/adaptaciones*, de *merchandising*, etc.). La compleja interrelación de estos mercados, los desafíos que plantean y las oportunidades que ofrecen.

222. PREPARACIÓN DEL PATRÓN PARA LA INDUSTRIALIZACIÓN Y PROGRESIÓN DE TALLES

Angela Esther Aranda [Universidad Tecnológica Nacional - Argentina]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

El patrón para la confección en serie debe contener todas las indicaciones para aplicar la tecnología que corresponda en la rueda productiva. Para la progresión de tales se aplica la técnica para tal fin y se estudian las diferencias morfológicas para adaptar una tabla de medida de acuerdo a las características de la población o grupos étnicos

223. TIEMPO. GRAFICACIÓN TIPOGRÁFICA PARA TV

Bianca Suárez Puerta [Universidad Javeriana - Colombia]

10:30 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Desde el cine mudo, la tipografía ayuda a la construcción dramática convirtiéndose en elemento clave para la comunicación audiovisual, no sólo ornamental sino que adquiere el valor de cualquier otro elemento comunicativo como la fotografía y el audio. La evolución de la imagen en movimiento abre a la tipografía muchos campos de acción hasta llegar a hoy, donde las grandes cadenas de TV generan tendencias visuales que modifican el sentido estético de millones de personas.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

224. "POÍESIS" EN PRODUCTOS LAMINARES

Ivan Leon-Trujillo [Universidad de los Andes - Venezuela]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.2

Familiarizar a los participantes provenientes de otras disciplinas cercanas al diseño, con el modo de trabajo de los diseñadores industriales (en la fase de concepción de requerimientos de un producto y de detalles estéticos formales, visual *thinking* y realización de modelos de énfasis). Alcanzar materializar mediante modelos realizados con materiales laminares, una familia de objetos sencillos, prácticos, portátiles, estéticamente agradables y que pudiesen ser producidos sin mayor dificultad tecnológica (*low tech*) por una PYME en Latinoamérica.

225. ¿CÓMO RETRIBUIR EFECTIVAMENTE UNA INVERSIÓN EN TECNOLOGÍA CAD, CAM, CAE O PDM?

Gelbert Alfonso Santamaría | Carlos Andres Perez Mariño [Atlantis 3D Estudio Diseño Ltda. - Colombia]

10:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

Descripción de algunos de los problemas de nuestra cultura y por qué razón la implementación de soluciones CAD (Diseño Asistido por Computador), no resuelve adecuadamente los problemas de la industria, y en algunos casos hasta empeora la situación. De igual forma se señalan algunas posibles soluciones para afrontar dichas situaciones y sacar el mejor provecho de una inversión de tecnología CAD.

226. CONFERENCIA 2 | ANA TORREJÓN

Ana Torrejón [Argentina]

11:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Auditorio

227. CIUDAD & DISEÑO

María Elisa Espeche | María Eugenia Alonso [Magyco - Argentina]

12:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.6

La ciudad es esencialmente comunicación. Sus habitantes perciben e interactúan con el ecosistema marcario, en donde los mensajes producidos son decodificados en el contexto de sus paisajes, sus calles, etc. Diferentes carteles comerciales coexisten en el casco comercial de una ciudad, son la forma de expresión tangible de los mensajes gráficos. El análisis visual de estas marcas comerciales puede aproximar a las formas gráficas que estructurarán las prácticas, las percepciones colectivas e impregnarán de sentido al ciudadano.

2328. COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL EM UMA EMPRESA PÚBLICA DE PESQUISA

Silvana Burioi [EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - Brasil]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Abordar a temática *Comunicação Empresarial* em uma empresa pública de pesquisa agropecuária. Abordará a forma como deve ser trabalhada a comunicação para os diversos públicos atingidos pela instituição: interno (empregados e familiares) externo (agricultores, estudantes, agrônomos, técnicos agrícolas, cooperativas, universidades e sociedade em geral) e imprensa.

229. DESCUBRIENDO PHOTOSHOP CS4

Marcelo Monzón [Photomagazine - Argentina]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

La actual versión del programa más utilizado en el retoque fotográfico, dio un paso adelante hacia el futuro de las imágenes audiovisuales, incorporando en esta nueva versión,

el manejo de elementos 3D, así como la edición de videos. Pero no solamente con la nueva tecnología nos asombra Photoshop CS4, ya que también esta nueva versión ha realizado muchas modificaciones en los comandos y las herramientas tradicionales. Ejemplos prácticos de varias de estas novedades aplicadas a ejemplos concretos de nuestro día a día.

230. DISEÑO INDUSTRIAL MEXICANO. DESDE QUETZALCOATL HASTA LOPEZ OBRADOR

Néstor Ortega [Universidad La Concordia - Argentina]

12:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

La visión particular del diseño industrial mexicano dentro de una perspectiva histórica. La influencia de las conquistas en la implementación de nuevos materiales, técnicas, usos y costumbres, pasando por cada una de las etapas históricas y su aporte al diseño de objetos en la vida social de México.

231. DISEÑO SUSTENTABLE EN EL TIEMPO

María Eugenia Moreno [UCEL e ISHYR - Argentina]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Seamos o no conscientes, el diseño es el factor clave del impacto ambiental. Los ingenieros y responsables medioambientales en las empresas pueden reducir una emisión aquí o reducir el consumo de agua allá, incluso pueden realizar remediaciones de suelos o aguas subterráneas, pero quizás eso ya sea demasiado tarde. El diseño es el punto de intervención clave para conseguir mejoras radicales en el rendimiento ambiental de los productos, y de todos sus derivados también.

232. DISEÑO, PACKAGING Y SISTEMAS DE IMPRESIÓN. INTERRELACIONES PARA UN RESULTADO EFICAZ

Marcelo Rubén Mataloni [Milkaunt S.A. - Argentina]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Ánalisis de un caso de aplicación de *celebrity* a los productos de la línea Milkaunt. Importancia tanto del diseño final del producto como de la tarea de preimpresión y conocimientos del sistema de impresión elegido. Aplicación de 5 ideas clave para abordar procesos de diseño.

233. DISEÑO, TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

Pablo Prieto [Universidad de Valparaíso - Chile]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Ánalisis respecto del rol que tiene hoy la tecnología en el proceso de desarrollo de nuevos productos, en especial aquellas relacionadas con el Diseño asistido por computador y sistemas modernos de manufactura.

234. EQUIPAMIENTO EDUCATIVO: HERRAMIENTAS PARA EL DISEÑO Y GESTIÓN

Fernando Oneto [inti - Instituto Nacional de Tecnología Industrial - Argentina]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

En la actualidad, el equipamiento educativo presenta oportunidades de mejoras relacionadas con aspectos ergonómicos, seguridad, diseño, funcionalidad y uso. Como consecuencia, los niños podrían presentar, entre otros, problemas de postura ya que se encuentran sentados en sillas que no son las adecuadas. Éste tipo de deficiencias pueden también acarrear problemas de atención y concentración en clase. El equipamiento educativo debe cumplir con requisitos pedagógicos y ergonómicos, que favorezcan el correcto desarrollo intelectual y físico de los alumnos.

235. IMAGEN CORPORATIVA

Federica Tojo [Federica Tojo - Argentina]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Diseñar, crear y analizar las diferentes gamas de Imágenes Corporativas. Aprendizaje de conceptos y características básicas de diseño y creación de Imágenes Corporativas. Posicionarse en el punto exacto del negocio, para que la imagen venda su producto y acompañe a su terminación, aumentando así su oportunidad de venta.

236. LOS SURREALISTAS Y LA MODA

Bermeo Cruz [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

La relación entre la moda y las vanguardias, en particular con el surrealismo. Las condiciones que condujeron a dicha relación, y en los personajes que la protagonizaron. Ejemplos que señalan las ideas aportadas por Schiaparelli y Dalí a los diseñadores actuales y la vigencia de un sistema de trabajo en el que varios artífices se reúnen para crear imágenes y objetos en los que arte y moda se hibridan, dejando de lado cualquier escisión entre alta cultura y cultura popular, algo difícil de sostener en una era obstinada con el intercambio de las mercancías.

237. VENDENDO PROGRAMAS DE TELEVISÃO.

UMA INVESTIGAÇÃO DISCURSIVA

Gustavo Almeida [Faculdades Integradas Barros Melo - Brasil]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Gêneros Textuais – conceito, funcionalidade, exemplos. Utilização dos gêneros na comunicação audiovisual; As chamadas de programação de televisão em geral e algumas diferenças de construções discursivas entre as chamadas de televisão aberta e televisão fechada; Aspectos de produção das principais categorias de chamadas de programas (esportivos, de notícias, filmes (não trailers), destacando as chamadas de telenovelas); Estratégias de difusão/veiculação das chamadas; As novas perspectivas de produção e difusão dos gêneros nos novos suportes tecnológicos de audiovisual, como a televisão digital e sua ampla gama de canais de transmissão.

238. VISIÓN INTEGRAL DEL DISEÑO

ESTRATÉGICO: EL SISTEMA PRODUCTO

Lorena del Carmen Ramos Tuccillo [Universidad de Valparaíso - Chile]

12:00 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

En el ámbito actual, los territorios del Diseño se han expandido e integrado ambientes contiguos: el diseño opera en una empresa o compañía, por lo tanto existen ámbitos de gestión que se requieren considerar, a su vez; la empresa está inserta en el mercado, por lo tanto existen aspectos de éste que aportan elementos fundamentales al momento de tomar decisiones estratégicas. Desde el punto de vista de la teoría de sistemas, éstos son abiertos y por lo tanto reciben y descargan influencias en otros sistemas. Las empresas se insertan en sistemas mayores que las acogen y con los cuales interactúan. Considerando lo antes expuesto, la propuesta consta de dos niveles, el Metaproyecto, que corresponde al nivel del sistema con el que el producto o servicio se relaciona, el sistema que lo multiplica, el entorno, y el Proyecto que corresponde al nivel del Sistema Producto, constituido por el Producto, el Servicio, la Comunicación, elementos que en conjunto determinan la experiencia que obtendrá el usuario. La experiencia, dice relación con la tendencia de que "las empresas pueden sensorializar cualquier acentuando las sensaciones que su uso genera" (Pine

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

and Gilmore, 2000, p. 47). Este es en síntesis el concepto de Diseño Estratégico que profundizaré en la conferencia.

239. CONFERENCIA 2 | DAVID CARSON

David Carson [Estados Unidos]
14:30 hs. | Salguero Plaza (Jerónimo Salguero 2686)

240. CONCEPTO Y CREACIÓN

Paola Iturralde [AJM SRL. - Bolivia]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.3

Alternativas para lograr obtener una idea creativa y luego materializarla. Presentación, aplicación teórica, evolución y aplicación práctica del concepto.

Materiales sugeridos: una cartulina blanca, marcador negro de punta gruesa, marcadores de colores, tijeras, pegamento en barra. Para desarrollo prototípico: alambre de 16 ó 14, apto para armar estructuras, pero de fácil maleabilidad, pinzas, alicates, herramientas para trabajar alambre, pedazos de tela, diversos colores, hilos y lanas- aguja (opcional)- pegamento marca UHU líquido.

241. DISEÑAR INDUMENTARIA CON MATERIALES NO CONVENCIONALES

Eugenio Aryan [Eugenio Aryan Asesoría en Diseño - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

Implicancia y rol que cumple la materialidad en el diseño de un objeto vestimentario. Enfoque de una metodología. Sensorialidad y subjetividad de un abordaje. Protagonismo del usuario. Lenguaje del "producto". Relación entre el hombre y el objeto. Diseño interpretado e interpretable a través de la percepción de su materialidad constitutiva. Rol de la materia en el Diseño objetual. Rol del intérprete percibiendo la materia. El Diseño como una relación entre material e intérprete-diseñador. El plástico habla. Sus lenguajes. Su "manera de estar" en el mundo del Diseño. El plástico como soporte y estructura, como información estructural que hace de soporte de otras informaciones que se conjugan, como determinante del "lenguaje del producto", como objeto simbólico.

Materiales sugeridos para los asistentes: Plásticos en todos sus formatos, gramajes, durezas, texturas y color, aptos para realizar un conjunto vestimentario. Elementos para cortar (tijeras, cutter, sierras) y para pegar, coser o prender al maniquí (abrochadora, cinta adhesiva, alfileres, hilos y aguja).

242. INTERACCIÓN MPD: MARKETING, PUBLICIDAD Y DISEÑO

Héctor Eduardo Glos [M & CE - Mercado y Comunicación Estratégica - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

Herramental básico donde interaccionan fundamentalmente aspectos del marketing y la publicidad a fin de volcarlos al diseño y a la producción. Demostrar la interacción de estas disciplinas resaltando que en esta sinergia radica el éxito o el fracaso de un proyecto.

243. LA COMUNICACIÓN Y EL SIMBOLISMO DEL COLOR

Paola Lorena Fraticola [Image & Art - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

El color es uno de los medios más subjetivos con el que cuenta el diseñador. Dado que la percepción del color es la parte simple más emotiva del proceso visual, tiene una gran fuerza y puede emplearse para expresar y reforzar la información visual.

244. LA LUZ EN EL DISEÑO DEL RETRATO FOTOGRÁFICO

Carlos Alberto Fernández [FB Editores - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Desde la invención de la fotografía, el retrato siempre fue protagonista. Las diversas formas de iluminación que se fueron aplicando en distintos momentos históricos, su combinación y su adecuación a la tecnología actual, ofrecen una amplia variedad de opciones para nuevas propuestas en el retrato fotográfico.

245. LA VARIABLE PRECIO EN DISEÑO

María Alejandra Cristofani [UP - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

Armar una estrategia comercial consiste en identificar los factores más importantes en cada negocio, comparar las propias fortalezas con las de los competidores y aprovechar ventajas y finalmente combinar las habilidades propias con las necesidades de los clientes. Para todo esto hace falta análisis, pero también creatividad e intuición. Cuando se hace un análisis de elementos, se pueden tener en cuenta esos intangibles para luego juzgar si valen la pena el gasto. Una pregunta orientada a encontrar una solución sería: ¿es éste el precio correcto? Para encontrarle respuesta, habrá que analizar factores como el tiempo que nos lleva el proyecto de Diseño, los costos de operación, comparar el precio con el de otros negocios similares, y otras mediciones objetivas. La creciente competencia que ha desatado el mercado global está obligando a las compañías a buscar la rentabilidad por producto y por cliente, para poder descubrir así cuáles son sus nichos. Los modelos nuevos de gestión permiten comprender la relación que existe entre las distintas actividades que se desempeñan en toda la organización y los costos. En este taller se abordará la temática del precio en Diseño atendiendo a las diferentes formas de presupuestación distinguiendo productos de Diseño de los servicios profesionales del Diseñador.

246. LA OTRA MIRADA. Con el Ver se nace, a Mirar se aprende. Laboratorio de Experimentación "Diseño sin fronteras"

Diego Pérez Lozano [UP - Argentina]
15:30 hs. | Ecuador 932

Una experiencia de amplio espectro, entender el contexto a partir de la propia vivencia será crucial para este ejercicio. Qué vincula a Dalí, Bretón o Fukuda sino el cambio en la percepción de lo que se observa? Qué ven algunos que otros mirando lo mismo no logran descubrir? Cómo se desarrolla de creatividad en las personas? Las respuestas a estos interrogantes no están sino en la propia palabra que la define: Ver no es igual a Mirar. Adiestrar la mirada, agudizar el ingenio y trazar puentes conceptuales entre hechos parece convertirse en la razón del desarrollo creativo en el individuo, y es a donde coloca este workshop sus objetivos, a través de una introducción teórica se descubre la propuesta práctica que los integrantes del workshop desarrollarán durante la jornada. Orientado al desarrollo de la creatividad aplicada tanto a Diseño Gráfico como a Publicidad.

Los participantes deberán poseer cámara de fotos y cable USB para el desarrollo del workshop.

247. TALLER DE CREATIVIDAD "EL DISPARADOR"

Nora di Ricci [Emprendimiento personal]
Nora di Ricci, Creatividad Estratégica. - Argentina]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

Las diferentes formas de abordar una idea, intentando em-

pujar las barreras mentales que suelen entorpecer el trabajo creativo. Provocando la imaginación, generando enfoques originales y fundamentalmente, con el objetivo de poder desarrollar herramientas propias a las cuales poder recurrir frente a cada desafío.

248. TÉCNICAS PRÁCTICAS PARA MEJORAR LA FORMA DE BOCEAR

Armando Martínez de la Torre [Universidad Autónoma de Ciudad Juárez - México]
15:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula S 1.3

Con mi amplia experiencia en la enseñanza de dibujo de bocetaje a mano alzada de Diseño de Productos de todo tipo, desde artículos simples de oficina, hogar, electrodomésticos, automotriz, joyería, juguetes, muebles, etc. Propongo un taller para aquellos profesionistas o estudiantes que desean mejorar su técnica para bocetar mediante simples técnicas y consejos, realizar bocetos aparentemente complejos en tiempos mínimos de ejecución; con perspectiva, proporción y volumen (calidades de línea). Para la presentación de Bocetos o ideas con calidad. Desde la primera actividad en este taller aprenderán de forma rápida a trazar líneas derechitas; y olvidarse de tratar de dibujar los objetos en perspectivas isométricas que dan un aspecto más rígido cuando podemos tener otras formas de dibujarlos más simples y prácticas; y en qué tipo de formas es recomendable bocetar isométricamente. Motivo de este taller.

249. APROXIMACIÓN AL DISEÑO INTERCULTURAL DESDE LA FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL. EL CASO PORFÍA DEL SUR

Jaime Ramírez-Cotal [Cómodo, Tienda de Diseño - Chile]
15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.6

Conclusiones del proyecto de fotografía documental "Porfía del Sur", desarrollado para la difusión en Derechos Culturales de comunidades Lafkenches (etnia originaria de Chile). Los alcances y posibilidades de intervención que la Comunicación Visual ofrece al Diseño Gráfico en contextos interculturales, asociados a la diversidad y a realidades culturales distintas a las del diseñador, donde el producto de diseño no solamente responde a las necesidades técnicas de Comunicación Visual, sino que además, debe ser validado por ambas culturas para no ejercer 'violencia cultural', cumpliendo con soportes eficaces y útiles.

250. BUENOS AIRES: UNA CIUDAD QUE MARCA TENDENCIA EN EL SIGLO XIX

Andrea Castro [Fashion House - Argentina]
15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

La indumentaria que lucían las damas porteñas hacia mediados del siglo XIX será solo una excusa para comenzar a reflexionar sobre el papel de Argentina en el mundo de la moda, desde aquellos tiempos hasta nuestros días.

251. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL GRÁFICA: ANÁLISIS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Marcelo Cagna | Evelyn Manuli [Universidad Nacional de Quilmes - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Ánalisis de las singularidades que se dan en la Comunicación Institucional Gráfica de una universidad pública, focalizando en el caso particular de la Universidad Nacional de Quilmes.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

252. COMUNICACIÓN Y DISEÑO PARA EL DESARROLLO. CASO: ENTRE SOLES Y LUNAS

Daniel Suárez Gómez [Proyecto entre Soles y Lunas - Uruguay]
15:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Presentación de la experiencia (lo que ha sido y lo que pretende) que supone el proyecto de comunicación denominado Entre soles y lunas, cuyo objetivo consiste en sensibilizar y poner en escena las diferentes realidades que se viven en los procesos migratorios que involucran a comunidades de Latinoamérica y el Caribe, su impacto en los países receptores y cómo, dentro de este proceso, se visibilizan la interculturalidad, la educación, el impacto económico, el impacto medio-ambiental, la posibilidad de ejercer una ciudadanía autónoma frente al tema y su estrecha vinculación con fenómenos tales como la discriminación, el racismo y la xenofobia; todo ello con el fin de fortalecer el arraigo, el desarrollo autosustentable de los pueblos y la movilización responsable de sus propios habitantes.

253. CUERPO VESTIDO-VESTIDO PERFORMÁTICO

Mauricio Velasquez Posada | Claudia L. Fernández Silva [Universidad Pontificia Bolivariana - Colombia]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Indagación sobre la performance como medio contemporáneo de expresión que permite desde su dinámica transdisciplinaria, acercarnos desde el diseño, asumiéndolo no solamente como fin, sino como medio, desde el cual podemos posibilitar un campo expandido para la reflexión y la actitud crítica creativa. La performance al incorporar espacio – cuerpo – acción, permite estudiar el vestido desde el campo de la reflexión estética y plástica, consolidar procesos alternativos de creación y espacios de experimentación que nos ayuden a responder ante la emergencia de la concepción del vestido en las actuales prácticas culturales que recaen sobre el cuerpo y lo transforman.

254. DIRECCIÓN DE ARTE: METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO, PLANIFICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE UN SET (Set Design)

Martín Ignacio Diez [Martín Diez Studio - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Las herramientas del proceso de Diseño Visual para un proyecto fotográfico, publicitario o de producción, desde el punto de vista del Director de Arte. Definición de Director de Arte, diferenciaciones, organización de equipos de trabajo y relación con los demás equipos interdisciplinarios. Vocabulario técnico. Formas de presentación de los proyectos y los pasos a seguir.

255. DISEÑO SUSTENTABLE: OPORTUNIDADES DE AGREGAR VALOR A LA CADENA LANERA

Raquel Ariza | Cecilia Dorado [INTI - Instituto Nacional de Tecnología Industrial - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Dentro del contexto global, de gran contaminación ambiental y escasez de hidrocarburos, se apunta a valorizar recursos propios y naturales mediante el diseño sustentable. Este abordaje cuenta con amplio desarrollo a nivel internacional, buscando con este proyecto generar las condiciones para una implementación local. Tomando como material a experimentar el *blouson* de lana se exploran sus potencialidades, propiedades y nuevas aplicaciones en productos sustentables que signifiquen un agregado de valor económico para los productores; basándonos en la técnica de afiltrado como sistema de procesamiento de la fibra de lana; y como una técnica de producción amigable con el medio ambiente.

256. EM BUSCA DA IDENTIDADE

Filipe Chagas [Brasil]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

As identidades que estabilizam o mundo social estão em crise, fragmentando o indivíduo. Buscamos nossas próprias identidades – individuais e coletivas – nas possibilidades que o mercado dispõe constantemente, seja de produtos, serviços, emoções etc. Da cultura material passamos à cultura do imaterial. Transitamos entre diversas culturas e transformamos nosso "eu" de acordo com nossos desejos. É nesse contexto fluido que surgem propostas inovadoras de identidade de marca com o estabelecimento de imagens e percepções pelas quais diversos públicos que influenciam uma organização se relacionarão com ela. Vamos analisar a identidade através da constituição do sujeito e da construção da marca institucional.

257. FORMAR LÍDERES CON PROYECCIÓN EN EL CAMPO DEL DISEÑO

Cristina Amalia Lopez [Asociacion Argentina de la Moda/ CONPANAC-Confederacion Panamericana de Profesionales de Alta Costura/Modelba-Modadelbicentenario - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Generar puentes de energía creativa entre grupos de personas depende en gran medida de la capacidad de liderazgo del que está al frente de un proyecto. Coordinar los distintos estilos de liderazgo es resonancia, y la empatía es uno de esos caminos para saber el rol que cada uno ocupa, en este proceso de proyectarse en el campo del diseño.

258. GESTÃO DA MARCA: UM MODELO PRÁTICO PARA A SUSTENTABILIDADE

Rosana Sacchet [Bliss Marketing - Brasil]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

O Modelo Brading Bliss utilizou como inspiração o conceito do Triple Bottom Line, adaptando o Tripé da Sustentabilidade para o 'branding'. Os 3 P's para a gestão da marca sustentável foram traduzidos da seguinte forma: profit/saúde financeira; people/públicos internos e externos e planet/mercado global. O Modelo foi denominado Branding Bliss por visar o bem comum, já que a empresa, o mercado, as pessoas (públicos) e o planeta pertencem a um único sistema.

259. LA PALABRA POÉTICA, ORIGEN Y DESTINO

Federico Eduardo Sanchez Villaseca [Universidad Diego Portales - Chile]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Se pretende generar una reflexión crítica en torno al potencial comunicante de la palabra poética como origen y destino en los procesos de proyectación. Proponer que desde la palabra se construye el lenguaje y como tal la faena del diseñador en cualquiera de sus expresiones. A su vez, postular al diseño como disciplina heroica, asumiendo su capacidad de creación de mundo.

260. LAS RELACIONES PELIGROSAS: DISEÑADORES GRÁFICOS Y EDITORES

Juan Cruz Gonella [Brand Developers - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Las respectivas experticias de diseñadores gráficos y editores se cruzan permanentemente. Las particulares idiosincrasias que vienen adheridas a sus actividades también. ¿Por qué sucede esto? ¿Cuál es la génesis de esta confrontación? ¿Hay solución?

261. MARKETING PARA PROYECTOS DE DISEÑO. LO QUE NECESITAS PARA CONCRETAR TUS SUEÑOS

Pablo Fichera [UP - Argentina]
15:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Se brindará los elementos centrales del marketing desarrollados para realizar emprendimientos relacionados con el desarrollo de productos o servicios relacionados con el diseño para aquellos *entrepreneurs* que quieran implementar una idea o que ya tengan su proyecto en marcha y que quieran mejorar su situación competitiva en el mercado y poder lograr así alcanzar sus sueños de concretar tus ideas.

262. CONFERENCIA 3 | FELIPE TABORDA

Felipe Taborda [Brasil]
16:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula Magna

263. CÓMO PRESUPUESTAR DISEÑO

Jorge Piazza [Redargenta - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

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

264. CORTANDO LA WEB

Felipe Iglesias | Cristián Dagnino [The Soda Studio - Chile]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

En diseño web, siempre queda la encrucijada de cómo abordar un diseño que sea interesante visualmente y funcional a la misma vez. Cómo resolver diseños visualmente potentes y adaptados a multiplataformas como Flash, Html, Wordpress y Adminsoda, bajo la expecincia de The Soda Studio.

265. ÉCHALE LA CULPA AL BRANDING.

DISEÑO Y CONCEPTUALIZACIÓN DE MARCAS QUE CAUTIVEN

Nicolás Javier Sarquis [Oxford Agencia de Publicidad - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Existen personas que a lo largo de su peregrinaje social despiertan innumerables respuestas emocionales en las demás personas, generando confianza, fidelidad, identificación, admiración, deseo. Existen también personas que pasan inadvertidas. Con las marcas sucede lo mismo. En el entorno semiótico, las marcas tienen la posibilidad de generar un vínculo tal que no sólo produzca una relación exitosa semiótica y comercial, sino también emocional. Ésta es la máxima aspiración de una marca. El *branding* emocional es el instrumento para hacer nacer y desarrollar una marca memorable y amada por las personas. El diseñador tiene el desafío profesional de comenzar a manejarlo con efectividad.

266. INGENIERÍA + DISEÑO, RESIGNIFICANDO EL CONCEPTO DE PRODUCTO

Mario Ruben Dorochesi Fernando | Juan Diego Ramos Betancur [Universidad Técnica Federico Santa María - Chile]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Diseño e Ingeniería fueron, en su origen, conceptos aparentemente independientes, a la luz de hoy son uno solo. La separación histórica puede ser aparente y puramente semántica. Diseñar un producto hoy, dentro del entorno moderno, obliga a un conocimiento mixto, en donde por una

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

parte se requiere del diseño como habilidad de pensamiento (saber) y de la Ingeniería como competencia, que basada en planteamientos científicos, sistematiza la facultad de transformar el mundo físico (hacer) en productos industriales. Ambas categorías, constituyen herramientas poderosas para transformar el entorno natural y social, dotándolo de nuevo significado.

267. JOYAS Y ABANICOS, LA BELLEZA Y EL PODER

Anahí Gentile [Fox Sports - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Joyas: el análisis de milenarias tallas e imágenes donde aparece la joya como ornamento. Simbolismo de los diseños y los materiales. Los *Torques* (collar rígido) su uso, significado, poder económico, social y religioso. Ubicación geográfica e histórica. Emblemas militares romanos. Símbolos de guerra greco-romanos. Brazaletes/uros, uso y significado. Religiones que lo usaban. El poder social expresado en las joyas. Abanicos, su origen e historia en el extremo oriente. El uso del "osén" o pantalla. Literatura y poesía relacionadas a la pintura de abanicos.

268. LA NUEVA DIMENSIÓN ORGANIZATIVA O LA EVOLUCIÓN DEL ESPACIO DE TRABAJO

Angélica Campi [Estudio de Arquitectura e Interiorismo - Argentina]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.6

Se desarrollarán las siguientes temáticas: El espacio industrial, la nueva dimensión organizativa, espacio y tiempo, la nueva frontera del espacio de trabajo, el proyecto del espacio o puesto de trabajo, la casa invade la oficina, la oficina invade la casa y el cambio de la ciudad como resultado.

269. SEÑALIZACIÓN VIAL PROPAGANDÍSTICA, NO INFORMATIVA. ROJO VS. AZUL

Amarilis Elías | Sonia Atencio | Juan Pablo Linares [Universidad del Zulia - Venezuela]
17:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

Se describe la problemática que se vive en Venezuela desde hace una década, respecto al uso descarado de los soportes de señalización vial con fines propagandísticos. Específicamente en la ciudad de Maracaibo, se desarrolla una batalla entre entes gubernamentales por la atención del conductor y el peatón, menguando el carácter estrictamente informativo que debieran tener estos módulos. Análisis desde la perspectiva del Manual Interamericano de Dispositivos para el Control de Tránsito en Calles y Carreteras y el libro Señalética del comunicólogo español Joan Costa.

270. SEÑOR MATISSE, ¿ME TIRA UNA IDEA?

Omar Tiraboschi [Universidades de Palermo, Austral y Católica de Buenos Aires - Argentina]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

Cómo el Arte ha influido a la Publicidad y el Diseño en muchas de sus manifestaciones y recíprocamente. Recopilación de ejemplos de muy diverso origen que lo atestiguan y pone de manifiesto los límites muy sutiles entre los campos de una y otra actividad. Y refleja como históricamente quienes ejercen una y otra actividad se han desarrollado también en las otras enriqueciéndose mutuamente.

271. UMA EXPERIÊNCIA DE INSERÇÃO DO DESIGN NA POLÍTICA PÚBLICA DE CULTURA: CENTRO DE DESIGN DO RECIFE

Renata Galvão de Melo | Flávia Wanderley Pereira de Lira [Prefeitura do Recife/Secretaria de Cultura/Fundação de Cultura Cidade do Recife - Brasil]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Apresentação da trajetória do Centro de Design do Recife, instituição pública que desenvolve ações de promoção e formação complementar em Design desde 2006, cujo perfil de atuação, pioneiro no contexto de design do Nordeste Brasileiro, está ressignificando as políticas públicas de cultura da cidade do Recife.

272. WEB 2.0, NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL DISEÑO

Alejandro Bernales [Diarios Ciudadanos - Chile]
17:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

La web social no sólo cambió el mundo sino que generó nuevas oportunidades para el diseño y la comunicación. Plataformas como Facebook, Twitter, Flickr o Wordpress colocan al diseñador no sólo como experto en la comunicación visual sino que lo transforma en un actor fundamental en la movilización y generación de contenidos enriquecidos en la red. Los diseñadores contemporáneos no sólo deben estar preocupados de generar una excelente imagen corporativa o un correcto sitio web hoy nuestro rol es crear, posicionar e insertar adecuadamente la marca del cliente en el mundo de las redes sociales.

273. EL PAISAJE TEXTIL. EL ROL DE LA INDUMENTARIA EN LA CONFIGURACIÓN DEL PAISAJE URBANO CONTEMPORÁNEO

Javier Samaniego García [Facultad de Arquitectura y Urbanismo - Universidad Nacional de La Plata - Argentina]
17:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

El rol de la indumentaria en el proceso de percepción/configuración del paisaje urbano contemporáneo. El paisaje entendido como una construcción cultural produciendo escenas urbanas, acontecimientos donde los sujetos son convocados como espectadores y protagonistas. La indumentaria entendida como instrumento de manifestación, mediatización simbólica y hábitat sensible. El paisaje a partir las relaciones entre elementos tangibles e intangibles. El análisis de la indumentaria posibilitará identificarlos y articularlos estableciendo aproximaciones inéditas al proceso de representación del paisaje. Se hará un recorrido de registros visuales de experiencias y autores (fotógrafos, artistas, diseñadores) que permitan establecer dichas aproximaciones.

274. APLICACIÓN DE LA JOYERIA AL DISEÑO DE PRODUCTOS

Yasmín de Lavalle Herrera [Colombia]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.4

El diseño de productos ha contemplado desde siempre la creación de complementos funcionales que faciliten la vida del hombre. Sin embargo, la forma y estética del producto incluyendo los materiales de construcción del mismo, además de su función y uso, dotan dicho producto de una evidente simbólica. La joya ofrece una significación de exclusividad, Status y belleza, ¿Qué ocurrirá si converge para un mismo concepto de diseño producto-joya?

275. ARMADO DE ORIGINALES DE ARTE Y SEGUIMIENTO DE IMPRENTA

Adriana Laura Meldini | Mariana Hombria [Contraste Creativo - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.1

Comprender el proceso por el que pasará la pieza gráfica que permita evaluar factores como la calidad y la economía del trabajo finalizado, analizando y evaluando cuales son los sistemas, programas y papeles más adecuados para cada proyecto. Comprensión del lenguaje para aplicarlo con idoneidad, y tratar de reducir los riesgos e inconvenientes que puedan presentarse al momento de reproducir un pieza gráfica.

276. CÓMO TESTEAR EL DISEÑO EN LA WEB PARA OPTIMIZAR LOS RESULTADOS [Espacio AMDIA]

Francisco Di Paola | Andrés Martín Snitcofsky [Di Paola | WPP - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula SUM

Hoy es posible optimizar el diseño web para incentivar el logro de objetivos tales como ventas, registros y conversiones, mediante la prueba y medición constante de elementos como colores, elementos del diseño y contenidos.

277. CREACIÓN DIGITAL DE ACCESORIOS E INSUMOS PARA INDUMENTARIA

Adriana Celia Mercado Alvarado [Universidad del Pacífico - Chile]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 1.9

Capacitación sobre desarrollo de trabajos vectoriales para presentación de indumentaria. Explicación de la técnica de representación de diversos recursos tales como la simulación de insumos, texturas, piezas, etc, con herramientas de ADOBE Illustrator CS3.

278. DISEÑO DE EXPOSICIONES DE ARTE. TENDENCIAS CONTEMPORÁNEAS

Silvia Berkoff [UP - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.3

En las últimas décadas del siglo pasado, y comienzos del actual, tanto el diseño de montaje de las colecciones de museos, como el de exposiciones temporales y el de galerías de arte, están sufriendo profundas modificaciones que desbordan los planteamientos tradicionales. Para atraer al público contemporáneo, es necesario diseñar una verdadera puesta en escena, que resulte atractiva y dinámica, sin descuidar los aspectos didácticos y la buena conservación de las obras. Analizando ejemplos de grandes muestras internacionales, en este taller se elaborarán pautas de buen montaje de exposiciones, poniendo el énfasis en optimizar los recursos disponibles

279. EXTREME MAKEOVER. ADOBE® PHOTOSHOP®

Marcelo Monzón [Photomagazine - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 2.9

Consejos y trucos de las técnicas más populares que utilizan los profesionales del retoque fotográfico, se mostrará como retocar personas con el software líder en la edición de imágenes digitales Adobe® Photoshop®. Se verán las distintas técnicas que se utilizan para corregir defectos en la piel, quitar arrugas, cambiar el color de ojos o cabello, adelgazar personas o realizar pequeñas "cirugías" digitales de nariz entre otros secretos revelados. Se presentarán sofisticados procesos de trabajo con: Capas, Canales, Máscaras, Filtros, Automatización de tareas, nuevas herramientas de producción, etc.

280. OS SÍGNOS IDENTIFICADORES GRÁFICOS: INVESTIGAÇÃO, DESIGN E IMPLEMENTAÇÃO

António Carlos Camilo Correia de Lacerda [Universidade do Algarve - Portugal]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.2

Las conferencias y talleres en portugués no tienen traducción al español.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

Demonstrar os conceitos e o poder das Marcas Gráficas e algumas ferramentas e metodologias de intervenção para uma melhor construção de Sistemas de Identidade Visual.

281. REDACCIÓN DE GUIONES PARA TELEVISIÓN Y RADIO

Luis Buero [Universidad de Morón - Argentina]
18:30 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.3

Objetivos: Adquirir conocimientos prácticos de redacción de textos periodísticos y ficcionales para televisión y radio, en su constante relación con el contexto, la característica del medio y el tipo de mensaje que operativamente se quiere difundir. • Conocer los fundamentos teóricos del proceso de construcción del guión. Su importancia básica y primordial como exposición inicial de las ideas y de todo discurso audiovisual y radial. • Iniciar al alumno en su tarea de creador de producciones audiovisuales periodísticas para la televisión y la radio, como así también otros formatos en sus distintos tipos de estructura y géneros, con originalidad y a la vez criterio comercial. • Profundizar las diferencias entre el lenguaje literario y el dramático, proponiendo desde pequeñas pero intensas y variadas prácticas del discurso ficcional e informativo hasta lograr un primer proyecto de programa de cada género por alumno.

282. APLICAÇÕES MULTIMÍDIA SOBRE HISTÓRIA DO DESIGN GRÁFICO

Ana Maria Rebello [Universidade Estacio de Sá - Brasil]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.6

Para promover interesse por História do Design Gráfico foram desenvolvidas aplicações multimídia interativas de caráter exploratório e implementada ação multidisciplinar entre História do Design Gráfico e Multimídia e Interação Humano-Computador. Durante o projeto, alunos desenvolveram pesquisa iconográfica e de conteúdo sobre tendências culturais e contextos sociais que condicionaram o desenvolvimento histórico do design gráfico. Buscaram alternativas para representação multimidiática das informações, discutiram modelos de interação e respectivos objetivos. Aplicaram os conhecimentos das duas disciplinas realizando livres experimentações, integrando ainda conceitos de outras disciplinas.

283. ART DIRECTOR - EL ROL PROFESIONAL DEL NUEVO DISEÑADOR

Gustavo Lento Navarro [IUP - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

El Art Director como figura del nuevo diseñador requiere de una formación plural en el rango de estudio de la imagen, la comunicación, el producto y el mercado. Se presentará el criterio para el desarrollo de producto que pueda competir en el mercado internacional, que pueda distinguirse y tener visibilidad para lograr éxito en su promoción y venta.

284. ASPECTOS LEGALES DE LA PROTECCIÓN DE MODELOS Y DISEÑOS

Gustavo Oscar Meijide | Liberto Pardillos [Instituto Nacional de la Propiedad Industrial - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Diferencias conceptuales entre modelo y diseño. Aplicabilidad. Adecuada protección para cada caso. Legislación vigente. Relación de dependencia. Cómo se adquiere el derecho. Presunción de autoría. Beneficios y derechos que se obtienen con el registro de un modelo. Procesos de solicitud del registro (requisitos, costos, trámites, duración). Noción básica de los remedios judiciales para proteger la propiedad conferida por el registro. Importancia del valor

agregado que genera la incorporación de diseño en los productos. Plazo de vigencia. Derecho de prioridad.

285. DISEÑO WEB ESCALABLE

Betina García | Juan Antenucci | Ignacio Casinelli | Esviza | Diego Urrutibehety [Café Binario - Argentina]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

En informática se suele hablar de la escalabilidad en las aplicaciones. El diseño web debe acompañar ese concepto. Existen métodos para planificar, diseñar y desarrollar sitios web altamente dinámicos que requieren adaptarse rápido a nuevos contenidos, productos, precios, *look&feel*. Optimización y rentabilidad. Abordaremos el proceso de desarrollo de un sitio, desde el punto de vista del diseño ayudando y orientando en esta problemática.

286. EL PODER AL PUEBLO. CUSTOMER EMPOWERMENT [Espacio AMDIA]

Mary Teahan [CP Comunicación Proximity - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

El fenómeno de *Customer Empowerment* y qué significa para el Marketing. Ahora el poder en los mercados ha pasado a los clientes gracias a los nuevos medios de comunicación interactivos. La Web está repleta de contenido generado por los usuarios y las empresas anunciantes están empleando avisos creados por sus mismos clientes. Pero ¿qué significados profundos tiene esto para nuestra manera de hacer el marketing? *Blogs, vlogs, wikis, RSS, Twitter, redes sociales*: ¿cómo los están usando los marketineros más avanzados del mundo para enfrentar el desafío y qué tiene todo esto que ver con el marketing directo e interactivo?

287. ENCUENTROS CERCANOS DEL 3D TIPO

Iván Castro [Aire Academia - Guatemala]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 5.9

Un camino fácil en el 3D para quien desee lograr imágenes hiperrealistas enfocándose en dos áreas importantes: textura e iluminación. Introducción al 3D, herramientas del 3D actual, los extraterrestres en el cine, modelado versus render, técnicas de texturas aplicadas al 3D, iluminación 3D tradicional, técnicas de iluminación fotorealista, el Caos y el realismo.

288. EQUIPAMENTOS URBANOS: DA PRAÇA AO NÃO LUGAR DA GRANDE METRÓPOLE

Paulo de Tarso Olivabarreto [Faculdade Senac São Paulo - Brasil]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Uma transformação importante que houve ao longo dos anos, foi fruto de constatarmos que São Paulo necessita soluções de Design mais voltadas a espaços de transição, espaços mistos, os espaços que são denominados não lugares.

289. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES, ¿QUÉ PASA CUANDO USTED ES SU PROPIA EMPRESA?

Ernesto Hugo Lissi [Estudio Lissi y Asoc. - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.4

Dinámica de estrategia empresarial orientada al profesional que comienza y al pequeño estudio de diseño y gráfica, para que aumente su caudal de negocios y maximice las relaciones con los grupos de su interés.

290. LA OPERA EN EL CINE: CICLO DE CINE, ANÁLISIS Y DEBATE

María Victoria Basile [Facultad de Bellas Artes - UNLP - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

Un encuentro entre el público, el cine y la ópera. Un recorrido por el lenguaje cinematográfico, por las grandes óperas representadas y adaptadas al cine, las más reconocidas y premiadas por el público y la crítica internacional; por los compositores y los grandes directores de escena.

291. NI BUENO, NI MALO, NI FEO. GUAPO

Esteban Ibarra [Guapo - Argentina]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.2

Desde el concepto al diseño. Cómo se busca el valor agregado a una idea y como se vincula a cuestiones estéticas, creativas y de diseño. Como superar obstáculos con una sola herramienta: el concepto.

292. OBSERVACIÓN Y ANÁLISIS DE CONSUMIDORES DE MODA

Oscar Enrique Hernández Becerra [Servicio Nacional de Aprendizaje - Sena - Colombia]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Esta conferencia le permitirá a los participantes incentivar la observación y desarrollar a través de una metodología, su proceso de investigación de consumo para el desarrollo de colecciones de moda, a través de la transferencia de técnicas y estrategias de análisis, le permitirá a los asistentes ser más asertivos en sus procesos de creación de indumentaria, ya que esta responderá efectivamente a las expectativas propias del consumidor y a los cambios que generan la aparición de nuevos segmentos del mercado y evolución de los segmentos actuales.

293. QUERER ES PODER. EXPERIENCIA EN EL DISEÑO DE UNA PUBLICACIÓN DIGITAL GRATUITA

Gelbert Alfonso Santamaría [Atlantis 3D Estudio Diseño Ltda. - Colombia]
18:45 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Como el diseño parte de los sueños y cómo hacer para que estos se hagan realidad, basado en la experiencia de creación de la publicación digital gratuita GEN D Simplemente lo tienes.

294. ÚNETE A LA CAUSA. PROPAGANDA EN EL CONFLICTO EN COLOMBIA

Carlos Mario Berrío Meneses [Universidad de Medellín - Colombia]
18:45 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

Colombia afronta un conflicto armado desde hace más de medio siglo, sin embargo, se intensificó desde mediados de 1990, lo que obligó al Estado colombiano a desarrollar estrategias bélicas que enfrentaran a las organizaciones armadas ilegales y se recuperara la confianza de la sociedad en el Estado y sus Fuerzas Armadas. La Propaganda ha jugado un papel vital en este último punto, por lo que los colombianos se han convertido en público objetivo de numerosas y efectivas campañas propagandísticas. Estas campañas han logrado elevar los niveles de confianza de la sociedad y el apoyo que ésta le brinda al Estado.

295. CONFERENCIA 3 | NORBERTO CHAVES

Norberto Chaves [Argentina]
19:00 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula Magna

296. ANIMACIÓN EN VIDEOJUEGOS

Augusto Petrone [Three Melons - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.1

Un recorrido por las técnicas de animación tradicional y las nuevas formas de animar tanto 2D como 3D en videojuegos.

I Conferencia de Invitado de Honor.
Duración: 2 hs.

C Conferencia. Duración: 1h15'

L Laboratorios de experimentación
"Diseño sin fronteras". Duración: 4 hs.

T Talleres. Duración: 2 hs 30'

297. CONTRATO DE PRESTACIONES PROFESIONALES DEL DISEÑADOR Y LOS FACTORES ALEATORIOS

Homero Rondina [Universidad Nacional del Litoral-Universidad Católica de Santa Fe - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.3

El contrato de prestaciones profesionales crea para el diseñador las obligaciones y responsabilidades de ley. Pero es importante que solamente el diseñador responda de las obligaciones y responsabilidades de primera generación. Las derivadas como secuencias futuras y secundarias tienen naturaleza aleatoria y no pueden obligar al profesional. Son aleatorios los resultados prácticos y económicos que puedan resultar de la prestación del diseñador, que son deseables pero no exigibles.

298. DISEÑO DE VISUALES PARA ARTISTAS O SHOWS

Esteban Luis Chacin Oviol [Atarraya Buró Creativo - Venezuela]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.7

Dentro de las ramas generales de la profesión del diseño, van creciendo otras con su propia identidad y características. Tal es el caso del diseño de visuales, para artistas, bandas, conciertos o shows en vivo. Con sus casos particulares, escenarios diferentes, versatilidad, parámetros, maneras de comunicar y formas de ejecución, se ha convertido en un diseño bastante complejo y de continuo cambio.

299. DISEÑO EMPRENDEDOR. TENGO UNA IDEA Y NO MUERO EN EL INTENTO!

Edwin Sarmiento [Extudio Inc. - Colombia]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 4.9

Diariamente, con nuestros diseños, hacemos que las ideas de otros tomen vida y sean un éxito, entonces ¿Por qué no tomar las nuestras? Usted se preguntará ¿Cómo se logró esto?, algunos otros dirán: Quisiera llegar a ser como él, pero lo cierto es que ningún camino para llegar a la rosa, evita pasar por el de las espinas.

300. EL DISEÑADOR: UN ACTOR COMPLEJO Y QUE NAVEGA ENTRE NUEVAS SUBJETIVIDADES Y LA ALIENACIÓN DE LA ESFERA TECNOCRÁTICA

María Fernanda Noboa González [Pontificia Universidad Católica del Ecuador - Ecuador]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.11

La construcción de nuevas subjetividades en la contemporaneidad exige que el diseñador se autopiense y resignifique la práctica del diseño, a la luz de la complejidad, a fin de que pueda generar un diseño de trascendencia en un mundo que debido a la fascinación del mercado ha perdido un discurso de referentes reales y ha montado el espectáculo de la producción objetual efímera, desviando a la práctica del diseño como motorizadora de nuevas dinámicas sociales. Entonces tiene que ver con un viraje de la concepción lineal del Diseño y una humanización real de su práctica en espacios de intervención locales dentro del mundo global.

301. ENVASES - CONSTRUYENDO LA MARCA DESDE EL PACKAGING

Karina Terribile [Sweetsa - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.4

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

302. LA SILLA VALDÉS: UN CLÁSICO DEL DISEÑO CHILENO

Osvaldo Muñoz Peralta [Universidad de Chile - Chile]
20:15 hs. | Mario Bravo 1050 | Aula 3.9

La silla Valdés es hoy por hoy un clásico del diseño chileno y casi el único exponente del diseño chileno que, al menos aparece en revistas y libros de diseño. Para abordar este caso, se revisó la bibliografía, se analizó la silla misma y se realizaron entrevistas con un grupo importante de actores involucrados, considerando de suma relevancia los encuentros con el propio autor. Todo ello en orden a contrastar la información existente y a descubrir como se llega a materializar la premisa con que parte este estudio: Una silla común que se transforma en ícono del diseño.

303. METODOLOGÍA PARA DEFINIR PRECIOS DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO INDUSTRIAL

Norbith García [ULA - Venezuela]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 1.2

Para las empresas de Diseño Industrial como para el resto de las organizaciones, el tema de la determinación de precios es un aspecto álgido. Esto se debe a que los precios son los actores principales de la recuperación de costos y de la generación de rentabilidad organizacional. Es por ello, que en esta ponencia se pretende desarrollar una propuesta metodológica que permita determinar los precios de los servicios ofrecidos por los estudios de Diseño Industrial. Dicha propuesta, tiene como eje principal el valor que el cliente da al servicio como aspectos primordiales.

304. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO, PLANIFICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE UNA COLECCIÓN DE JOYAS 3.2

Irina Fiszelew [Mi propio emprendimiento de diseño de joyería contemporánea - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula

El objetivo de la charla es el de reflexionar sobre un problema a resolver: el de la generación y planificación de una colección de joyería. A partir de mi experiencia de trabajo personal, propongo un menú de herramientas que de manera metodológica y organizada permiten completar una cadena de toma de decisiones. El resultado final es la definición de un sistema de diseño, sustentado conceptualmente, que le acercará al diseñador un posible camino para abordar el trabajo de la creación de una colección.

305. METODOLOGÍAS Y PROCESOS EN DISEÑO EDITORIAL [Espacio Digital Design]

Flavio Bursttein [Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.1

Se explican los distintos procesos y metodologías en campo del diseño editorial. Optimización de los recursos, interacción entre los eslabones de la cadena de producción, resultados concretos, etc.

306. PANORAMA TIPOGRÁFICO EN ARGENTINA Y LA REGIÓN

Miguel Catopodis | Pablo Cosgaya | Jose Scaglione [Asociación Tipográfica Internacional - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 4.2

Una descripción de las principales actividades desarrolladas por los tipógrafos argentinos en su país y en el mundo. Actividad académica en Argentina. Presentación del proyecto de directorio de la enseñanza de tipografía en las carreras de Diseño Gráfico. Proyectos de investigación y de extensión en curso. Proyectos profesionales recientes que utilizan tipografía diseñada en Argentina. Licencias, licencias no

comerciales, uso de tipografías adquiridas legalmente. Información sobre fundidoras. Próximas actividades y eventos tipográficos. Presentación de la conferencia de ATypI en México, Tipos Latinos 2010, Premio Nacional de Tipografía en Uruguay, etc.

307. ¿POR QUÉ AMAMOS TANTO A LAS MARCAS? O NO TANTO

Marcelo Sapoznik [UP / UBA / AAM / Experto en Marcas|IDP - Argentina]
20:15 hs. | Jean Jaurès 932 | Aula 3.5

Dado que la relación emocional entre los consumidores y las marcas tienen un alto impacto en el comportamiento del consumidor, cada vez es más importante la creación y desarrollo de marcas con un alto contenido de pasión.

VIERNES 31 DE JULIO

308. CONFERENCIA 3 | DAVID CARSON

David Carson [Estados Unidos]
11:00 hs. | Salguero Plaza (Jerónimo Salguero 2686)

309. CIERRE DEL ENCUENTRO

David Carson | Norberto Chaves | Felipe Taborda | Ana Torrejón
12:45 hs. | Salguero Plaza (Jerónimo Salguero 2686)

LATINOAMÉRICA SE EXPRESA DISEÑANDO LIBRO DE AFICHES



En mayo 2009 la Facultad de Diseño y Comunicación presentó, en la Embajada de la República Oriental del Uruguay, el libro Latinoamérica se expresa diseñando. Diseño de Afiches 2008. Este libro, de 200 páginas a color y una tirada de 2.000 ejemplares, presenta los trabajos preseleccionados y ganadores del concurso de afiches: "Latinoamérica se expresa diseñando", organizado por el Foro de Escuelas de Diseño en ocasión del III Encuentro Latinoamericano de Diseño realizado del 29 de julio al 1 de agosto 2008.

El concurso recibió 1.807 afiches, en la publicación se reproducen 540 trabajos ganadores, seleccionados y expuestos, y participantes seleccionados para el libro.

HOJADE DISEÑO EN PALERMO

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 - oechev@palermo.edu
Diseño: Constanza Togni - Francisca Simonetti
Tirada: 10.000 ejemplares

Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación. Mario Bravo 1050, 6º piso. Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C1175ABT)

Tel. (5411) 5199 4500 www.palermo.edu

DISTRIBUCIÓN LIBRE Y GRATUITA

