

participación del docente-estudiante.

La elección del tema se constituyó de esta forma, en una unidad abarcativa de las diversas miradas que ofrece el campo de las disciplinas en las que actúa la Facultad. Los docentes participaron en este programa de manera voluntaria siendo los “Proyectos en el Aula” desarrollados a partir de las posibilidades que ofrecía cada asignatura, respecto del recorte del tema de investigación, su duración fue variable, cuatrimestral y anual según fueran las posibilidades de cada docente y de acuerdo al marco de situación planteado por cada asignatura.

Los Proyectos en el Aula comienzan a partir de una propuesta generada por el Decano de nuestra Facultad, Oscar Echevarría. Conformándose un equipo de gestión Proyectos en el Aula. Este equipo coordinado por el Decano estuvo integrado por profesores de diversas carreras.

Las acciones del equipo, enmarcadas en una reunión semanal, contribuyeron a dar inicio a ciertas pautas de normativización, de las acciones de producción, creación e investigación, a la par de promover la presentación de proyectos y brindar apoyo metodológico

Para llevar a cabo tales propósitos el equipo de gestión de proyectos desempeñó acciones en torno a las siguientes temáticas:

- a) La creación de un «Manual de Normas» destinado a sistematizar la presentación del informe de investigación, que realizado por el docente constituyó una síntesis del material recopilado y analizado por los estudiantes.
- b) La recopilación de los resultados las tareas de producción, creación e investigación generadas conjuntamente con los docentes en el marco de cada proyecto, instalándose de esta forma un proceso de trabajo continuo en la Facultad,
- c) La planificación de acciones de capacitación en temas referidos a metodología de investigación dirigidos a docentes.
- d) La promoción de Proyectos en el Aula como generador de proyectos de desarrollo y a su vez, de posibles espacios de comunicación entre la Facultad con la comunidad y el mercado.

Carrera de Dirección de Arte.

Adrián Candelmi

La formación de personas capacitadas para actuar y desarrollarse en el nuevo escenario que nos toca afrontar, es el camino emprendido por la Universidad de Palermo hace más de una década. La constante creación de nuevas carreras y planes de estudio, la cabal demostración de

una apuesta concreta a favor de la excelencia educativa. El proyecto de la creación de la carrera de Dirección de Arte es, además de un desafío profesional y personal, un ejercicio intelectual apasionante y un aporte concreto a una demanda efectiva de la actividad publicitaria.

La Dirección de Arte es un área específica de la creatividad publicitaria que incluye a toda intervención ligada al diseño y concepción estética y/o artística de cualquier tipo de pieza de comunicación. El director de arte de una agencia es una persona con sólidos conocimientos de diseño gráfico, fotografía, bellas artes, cine y televisión, que generalmente trabaja en dupla con un redactor, integrando alguno de los diversos equipos que en cada agencia coordina un director creativo.

Desde mediados de los 90 la actividad publicitaria ha recobrado su perfil más creativo, ya que las agencias tradicionales o las nuevas agencias, apuestan a la creatividad como factor diferencial al momento de concebir sus campañas.

Cabe señalar que la explosión creativa ocurrida en la actividad publicitaria argentina en la última década, no se ha visto reflejada en propuestas innovadoras o de vanguardia en el área específica de la dirección de arte. Por otra parte, la dirección de arte argentina carece de identidad nacional, como si poseen piezas publicitarias producidas en países tales como Brasil, Inglaterra, USA, Japón (aunque se perciba una tendencia a revertir esta situación).

El objetivo de este proyecto es el de crear una carrera capaz de satisfacer la demanda del mercado publicitario actual, proponiendo un lugar de creación, desarrollo e investigación, dándole a los alumnos una sólida y específica formación en la materia.

La carrera de Dirección de Arte se vincula directamente con las carreras de Publicidad, Diseño Gráfico y Relaciones Públicas y prevee una relación estrecha con las principales agencias y empresas proveedoras del medio publicitario, a través de la participación de sus profesionales más idóneos en charlas, talleres, workshops o visitas guiadas.

La carrera tiene prevista una duración de dos años, con la posibilidad de que los alumnos interesados puedan, una vez terminada la misma, profundizar sus conocimientos especializándose en Publicidad o en Diseño Gráfico. El programa de estudios incluye materias ligadas a la profesión y se complementa con otras cuyos contenidos contribuirán a la formación integral de los futuros directores de arte.

Los criterios de trabajo son claros y concisos. Los objetivos son alcanzables. El proyecto está en marcha.