

- Foster, Hal. (1987). *La posmodernidad*. Barcelona: Kairós.
- Foucault, Michel. (1991). *El juego de Michel Foucault*. En Saber y verdad. La Piqueta.
- García Canclini, Néstor. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Glusberg, Jorge. (1985). *Del Pop Art a la nueva imagen*. Buenos Aires. Ediciones de Arte Gaglianone. (ejemplares numerados Nro. 769).
- Kroker, Arthur, et al. (1996). *The political economy of virtual reality: the virtual class*. Disponible en: http://www.eff.org/Net_culture/Criticisms/kroker_on_vr.paper
- Lechner, Norberto. (1995). *Reestructuración de los Mapas Políticos*. En una de las conferencias del Congreso XX-ALAS. México.
- Levy, Diego. (2001). *Arte y computadoras*. Del pigmento al bit. Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.
- LeWitt, Sol. (1967). *Artforum*. Vol.5, No. 10. Nueva York. Traducción Florencia Fragasso. Disponible en: <http://www.proa.org/exhibicion/lewitt/texts.html>
- Lyotard, Francois. (1983). *La condición posmoderna*. Madrid: Cátedra.
- Marzona, Daniel. (2005). *Arte conceptual*. Bonn: Taschen.
- Media Art Net. (2007). Sitio del Proyecto Online del German Ministry of Research and Education (BMBF) comisionado por el Goethe-Institut y el Center for Art and Media Karlsruhe (ZKM)., para la difusión de las posiciones históricas y actuales sobre el Media Art. Disponible en: <http://www.mediaartnet.org>
- Morin, Edgar. (2004). *Introducción al pensamiento complejo*. México: Gedisa.
- Nettime mailing list archives. Disponible en: <http://www.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-0511/msg00009.html>
- Rajchman, John. (2004). *Deleuze un mapa*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Rössler, Otto. (2007). *Relativity is interface*. Sciences of interface. An International Symposium on the historical, philosophical, mathematical, physical, biological, social, artistic, and technical aspects of interface. Disponible en: [http://arne.zkm.de/symposium/stories/storyReader\\$20](http://arne.zkm.de/symposium/stories/storyReader$20)
- Sarlo, Beatriz; Barbero, Martin. (1988). *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica*. Madrid: Gustavo Gili.
- Sfez, Lucien. (1999). *Idéologie des nouvelles technologies*. internet et les ambassadeurs de la communication. Diario Le monde diplomatique. Sección: Archives. Edición en francés. Disponible en: <http://www.monde-diplomatique.fr/1999/03/SFEZ/11782>. Artículo traducido disponible en: <http://www.worldlingo.com/wl/lgtranslate/UP61481/T1/l/es/traductor.html>
- Sfez, Lucien. (2001). *Slaves of idleness*. Diario Le monde diplomatique. Sección: Contenidos. Edición en inglés. Disponible en: <http://mondediplo.com/2001/05/14idleness> Artículo traducido disponible en: <http://www.worldlingo.com/wl/lgtranslate/UP61481/T1/l/es/traductor.html>
- Sun Microsystems, (2007). *The Open Look User Interface Style Guide*

- Disponible en: http://www.experiencedynamics.com/science_of_usability/ui_style_guides/
- Vanderthorpe, Christian. (2002). *Del papiro al hipertexto*. Ensayo sobre las mutaciones del texto y la lectura. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Verón, Eliseo. (1998). *La semiosis social*. Gedisa.
- Weibel, Peter. (2001). *El mundo como interfaz*. Revista Elementos: Ciencia y cultura. No. 40, Vol. 7, Pág. 23. México. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/294/29404005.pdf>

Producción DC. Un proyecto que se consolida

Daniela V. Di Bella

Siguiendo directamente el hilo del enfoque lacaniano, que relaciona estrechamente imaginario e identificaciones, Metz ha desarrollado una teoría de la identificación espectral en dos niveles: identificación primaria del sujeto espectador con su propia mirada e identificaciones secundarias con elementos de la imagen. (...) toda imagen socialmente difundida en un dispositivo específico deriva del mismo enfoque puesto que, por definición, la imagen representativa actúa en el doble registro (la doble realidad) de una presencia y de una ausencia. Toda imagen choca con el imaginario, provocando redes identificatorias del espectador consigo mismo como espectador que mira.

(La imagen. Aumont J, 1992:126)

El objetivo de este escrito es contar acerca del camino de avance y consolidación del equipo del Centro de Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, explicar las experiencias del intenso trabajo del sector en el período 06-07 resultado del liderazgo de la cohesión de un equipo.

Se introduce este escrito con algunos párrafos de la nota publicada en las Jornadas de Reflexión Docente 06:

“(…) El Centro de Producción de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo (CPDC) nace como parte del proyecto educativo e institucional de la facultad que lleva su nombre, con el objetivo de sustentar actividades de coordinación y administración de un centro de relevamiento corporativo de imagen, de todas las actividades universitarias, académicas e institucionales, tendientes a establecer y servir en distintas direcciones a clientes internos y externos (...)”

“(…) Desde el principio hasta entonces el joven Centro de Producción sigue alineado a las perspectivas que inicialmente fueron fundacionales, pero no ha dejado de crecer soportado en estas, pero también enriquecido por las nuevas miradas, aportes y propuestas de aquellos que han pasado por él como por los que hoy lo integramos; pero sobre todo en unión al proyecto director de la Facultad de Diseño y Comunicación cuya curva de crecimiento exponencial le viene significando una multiplicación de las demandas, nivel organizacional, flexibilidad y capacitación de sus miembros, precisión y velocidad de respuesta...”

“(…) Entre las capacidades humanas fuera del aprendizaje formal que requiere trabajar en CPDC se encuentran: responsabilidad, comunicación, decisión y resolución, respeto por la individualidad, buen humor, espíritu inquieto, límites, creatividad, superación, flexibilidad, velocidad, compañerismo…” en una sola palabra: actitud.

CPDC consolida el camino de producir sentido en la construcción de imagen, imaginarios, y narrativa, se detiene en la producción de secuencias, intervalos, instantes…

“(…) de trabajo académico diario de docentes y estudiantes: trabajo en talleres, materias electivas, recorridos pedagógicos, producciones puntuales en el aula, dinámicas docente-alumno, equipos en acción, exámenes, promociones, viajes estudiantiles, despedidas, entrega de premios, los diplomas, el recreo, los descansos, tiempo universitario.

- del cuerpo docente, de cada docente, del equipo por carrera, de las acciones puntuales visibles en los gestos del educador, de la dedicación, del entrenamiento.

- de trabajo en los Ciclos OpenDC o talleres abiertos a la comunidad, de la integración y la mirada del interesado puesta sobre la propuesta-taller.

- de la variada agenda de eventos y opciones de capacitación, intercambio y participación de profesionales y públicos asistentes, los universos que estos promueven, permiten y convocan.

- de los concursos internos por cátedra y de los concursos que ponen en marcha prácticas reales para clientes reales.

- de las relaciones corporativas con otras universidades, empresas e instituciones locales e internacionales, invitados y pasantes de intercambio.

- de los integrantes y equipos de la universidad en ejercicio y acción del logro de los objetivos propuestos por la Dirección DyC…”

CPDC consolida el camino de nomenclar, clasificar, catalogar, archivar, en un rumbo hacia la sistematización de un gran archivo o consecución de un banco de imágenes institucional, el que está llevando y demandará etapas de estudio y evaluación, entrenamiento y capacitación, así también de actualización en y de las tecnologías existentes.

CPDC se consolida en la relación con sus clientes internos y externos ya que trabaja de modo diario e intenso en relación con ellos, dialoga y planifica acciones que dependen de las consignas de la Dirección DyC. Guarda una estrecha relación de colaboración y de servicio en proyectos académicos, institucionales y corporativos con diseño *web*, el centro de documentación, el departamento de marketing, eventos, fundación UP, entre otras áreas, además del cuerpo docente y los estudiantes. Entre los clientes externos se destacan agencias, profesionales, medios de comunicación y empresas de entorno local e internacional.

En cuanto a las tipologías de imagen, la producción consolida su acción en torno a:

Producciones especiales en el aula y fotografía de estudio (objetos y proyectos) o toma fija *in situ* y a demanda de secuencias de la producción de estudiantes entre ellos prototipos, maquetas, objetos, láminas de gran

formato y otros materiales tridimensionales o de gran escala, parte de las dinámicas y presentación de proyectos dentro del aula o fuera de la institución. Se trabaja en equipo con las cátedras cuyos docentes acercan sus inquietudes y producciones destacadas y proyectos seleccionados que por experiencia y dominio académico son material relevante de trabajo y análisis para pares, estudiantes e intercambio con otras universidades, entre ellas: indumentaria, vestuario, escenografía, teatro, diseño industrial, etc. en diferentes momentos del año académico. Se registran las etapas de la generación de los trabajos: prefiguración, proceso de diseño, digitalización de imágenes (renders, maquetizado virtual, etc.) y prototipo terminado, con el fin de que integren el banco de imágenes de la producción UPDC.

Fotografía de estudio a personalidades

CPDC genera un espacio y ambientación particular con ayuda y presencia de mobiliario de diseño provisto por la empresa Manifesto, para las producciones de estudio abiertas a la presencia y diálogo con personalidades y profesionales del ámbito del diseño, el arte, la comunicación y el espectáculo, con el objetivo de destacar y documentar el paso de ellas por la institución y la relación de participación mantenida con los estudiantes, en sus visitas.

Dentro de la página de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo en el link que sigue puede visualizarse un *slideshow* de las personalidades del teatro, los medios y el espectáculo que nos han visitado en 2007.

http://www.palermo.edu/facultades_escuelas/dyc/event_comunic/espectaculos/home.htm

Fotografía en eventos

Se ha ampliado la agenda de eventos académicos, que se actualiza diariamente pautada en su mayoría por clientes internos entre ellos los sectores de Eventos y Marketing, con los que CPDC acuerda y planifica tiempos, superposiciones y acciones necesarias para cubrir las exigencias de una planificación móvil y en crecimiento. La agenda DyC está disponible en:

http://www.palermo.edu/facultades_escuelas/dyc/event_comunic/index.htm

Entre las producciones especiales de trabajo conjunto con éstas áreas, se producen diferentes tipologías de imagen a medida de la demanda, que se acuerdan previamente y cuyos procedimientos se reescriben en los momentos de la acción.

Se citan algunas de las sobresalientes:

- Moda en Palermo, sucedido en Julio 07, es un ciclo de desfiles, *performances* y muestras destinados a mostrar los diseños de las cátedras de Diseño Textil y de Indumentaria UPDC que se realiza dos veces al año. En él se fotografiaron (y eventualmente se filma junto con el Departamento de Cine y TV) un volumen exhaustivo de alrededor de 5000 imágenes clasificables en secuencias de estudio y eventos de las once extensas jornadas de trabajo, las que se componen de instancias de *backstage* o preparativo escénico, montaje, vestuario, maquillaje y ensayos; profesionales invitados y docentes por cátedra, diseños y modelos presentados por cada estudiante y/o

serie de colección individual y/o en equipo, desfiles, muestras, público y espectáculo en general.

La gran exigencia de estos casos pone a prueba el funcionamiento del equipo a nivel humano y profesional, la concentración, planificación, conocimiento, respeto por las pautas establecidas, compañerismo, colaboración, buen humor, creatividad, destreza, aptitud de servicio y velocidad de respuesta.

Sobre este evento se puede consultar el *link* que sigue: http://www.palermo.edu/facultades_escuelas/dyc/desfiles/presentacion.htm#

- Segundo Encuentro de Diseño en Palermo, sucedido en Julio 07, entre estudiantes, universidades, escuelas, académicos y profesionales del Diseño de América Latina, reunidos en torno a la temática del Diseño y sus acciones en el escenario latinoamericano, tuvo una envergadura de alrededor de 3500 asistentes que participaron durante cuatro días consecutivos. Se fotografiaron y eventualmente se filmaron junto con la colaboración del Departamento de Cine y TV alrededor de 500 conferencias y talleres, se documentó el Foro de Escuelas de Diseño y a sus firmantes, las mesas de debate académico, las entrevistas, las entregas de premios, la mesa del cierre del encuentro con la presencia de figuras de prestigio como Norberto Chaves, Ruth Klotzel, Ronald Shakespear y Felipe Taborda, el clima participativo de los asistentes en las tres sedes de realización del evento, la imagen marcaría, institucional y corporativa UP y de las demás empresas e identidades que asistieron con sus productos y auspicios.

Se pueden visualizar una galería de fotos del Encuentro Latinoamericano 2007: asistentes, conferencistas, firmantes, espacios participativos, invitados de honor, organización en el *link* que sigue:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/01_informacion/08_galeria_imagenes.php

Sobre el próximo Encuentro Latinoamericano 2008:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2008/

- Fragmentos en escena o muestra de fragmentos de obras de teatro dirigidas por los estudiantes de Diseño de Espectáculos (Escenografía y Vestuario) y Dirección Teatral que se realiza de manera bianual en el Teatro Regio, en las que CPDC centra la construcción de imagen en relación con las instancias de *backstage*, ensayos, caracterización, maquillaje, y experimentación del ámbito escénico, la gestualidad y la expresión artística de los estudiantes. Al respecto se puede consultar el *link*:

http://www.palermo.edu/facultades_escuelas/dyc/event_comunic/espectaculos/fragmentos.htm

Presencia institucional de la Facultad de Diseño y Comunicación

CPDC se hace presente en los eventos corporativos y de vínculo profesional del panorama del diseño local, en ferias y eventos nacionales en los que la Facultad de Diseño y Comunicación tiene presencia a través de la exposición de proyectos relevantes de sus cátedras, entre ellos la Feria Puro Diseño sucedida en marzo 07 en el predio de la Rural de Palermo; la presentación en sociedad del libro *Moda en Palermo 06* (editado por la Facultad de Diseño y Comunicación) sucedida en el Malba en junio 07 junto con invitados del ámbito del

diseño de indumentaria y textil; la presencia del diseño de vanguardia y tendencia presentado por cátedras destacadas de indumentaria, en los desfiles del evento *Fashion ID* realizado en agosto 07 en el predio del Centro Costa Salguero.

Fotografía publicitaria

CPDC colabora con los pedidos de imagen *web* y corporativa, para publicación *online* e impresa. Se resuelven producciones donde la imagen se utiliza como parte de la difusión y la publicidad. En este caso y a pedido del departamento de Comunicación Institucional de la Fundación UP, CPDC colaboró con este equipo en la generación de imagen de identidad para la nueva carrera de *Sommelier Universitario*, en la creación de un set de imágenes de producción de estudio, para integrar el diseño gráfico de las piezas de difusión publicitaria e institucional de la nueva carrera.

Proyectos editoriales

CPDC participa activamente en la generación de una nueva serie de publicaciones de libros a color y cuidada calidad, de la Facultad de Diseño y Comunicación, inaugurada en el 2006, y destinada a ofrecer una mirada y un espacio de consulta de la producción académica de los estudiantes de diseño, que tienen por objetivo convertirse en una herramienta educadora y documental.

El libro *Imágenes 06* fue la primera publicación de este tipo y serie, en la que CPDC bajo las consignas de la Dirección DC recopiló en un formato impreso de calidad una selección de imágenes de trabajos destacados de las cátedras de las asignaturas de varias carreras entre ellas: Diseño Fotográfico, Diseño Industrial y de Mobiliario, Diseño Textil y de Indumentaria, Diseño Gráfico, Diseño e Imagen y Sonido, Diseño de Historietas, Comunicación Audiovisual, Diseño de Interiores y Parques y Jardines.

En palabras del Decano de la Facultad de Diseño y Comunicación, una publicación que se define dentro de los márgenes de “crear y producir, investigar y reflexionar, expresar y comunicar, idear y proyectar, estudiar y construir conocimientos” (*Imágenes*. Echevarría: 2006) La segunda de esta publicaciones fue *Moda en Palermo 06*, “...El proceso de aprendizaje de nuestros estudiantes no finaliza en el aula. (...) Presentar y exponer creaciones propias es trascendente en la formación de nuestros estudiantes de indumentaria. Este momento de visibilidad testimonia la adecuada integración de todas las asignaturas de la carrera donde se aprenden y desarrollan conocimientos y habilidades creativas, técnicas, expresivas y metodológicas...” (*Moda en Palermo*. Echevarría: 2006)

El tercero de esta serie y de edición 2007, es *Miradas: Mirar, fotografiar, diseñar*, una publicación destinada a la expresión de la “...multiplicidad de enfoques, la riqueza de mensajes y la creatividad en el tratamiento de la imagen...” con una selección de trabajos destacados de los estudiantes de diseño fotográfico de UPDC.

En relación con esta serie de publicaciones, CPDC trabaja en la producción editorial del material a editar, la calidad del diseño y las características técnicas de la imagen, según etapas de selección, digitalización y re-

copilación, y luego clasificación y denominación de la información visual, contribuye con las líneas de diseño de imagen corporativa e institucional junto con los responsables del Diseño Gráfico, e interviene activamente en el marco de las alternativas de solución de imagen según las consignas de la Dirección DyC.

Actualmente CPDC se halla trabajando en futuras publicaciones de esta serie: Afiches 07, o catálogo de la selección de los diseños de afiches recibidos para el concurso propuesto por el Encuentro de Diseño 07 de Indumentaria y Textil, donde se participó del equipo de responsables de la publicación; un segundo ejemplar de Moda en Palermo con recopilación de las producciones 06-07 y por último evaluando según indicación y sugerencia de la Dirección DC nuevos ámbitos y espacios de visualización académica de la producción a nivel impreso.

Dentro del marco de esta evaluación, entre las nuevas publicaciones se encuentra la posibilidad de producir un libro dedicado a documentar y narrar la presencia de personalidades, diseñadores, artistas y profesionales del arte, el diseño y la comunicación, que han transitado por las aulas de Diseño y Comunicación durante el ciclo 07, con el fin de destacar el valor protagónico del profesional del diseño y la comunicación en la sociedad contemporánea local e internacional, y el valor fundamental ofrecido por UPDC en establecer un lazo de diálogo y conocimiento entre estas personalidades y sus estudiantes.

En el *link* que sigue se puede consultar y visualizar las presentaciones de las publicaciones mencionadas:

http://www.palermo.edu/facultades_escuelas/dyc/documentacion/libros.htm

Proyecto Portfolio

La Dirección DyC esta llevando a cabo un Programa de Evaluación de Desempeño junto con los Docentes de su equipo con el objetivo de perfeccionar, elevar y exponer la calidad académica del dictado y la producción de todas las asignaturas de las carreras de Diseño. Como parte de él, solicita a todas las cátedras DC un documento pedagógico o Portfolio de Asignatura que reúne la producción tipo realizada por los estudiantes en su trayecto curricular dentro de la asignatura en un período académico determinado.

CPDC participa intensamente en este Proyecto coordinando la recepción, documentación, soporte digital y asistencia técnica a las cátedras, la recopilación y archivo del material impreso y digital, y la consecución junto con el Centro de Documentación y el área de Sistemas el proyecto Portfolio Online para permitir la consulta y disponibilidad interna y externa de este material educativo.

El material recibido y archivado, parte del Proyecto Portfolio, también se inserta como parte del reservorio de material digital de cátedra, posible de ser seleccionado e integrado en la serie de libros y publicaciones de calidad DC.

CPDC en él y hacia el futuro

El futuro del área se encuentra en estado dinámico, en permanente movimiento y desarrollo, en crecimiento hacia diferentes estados de consolidación, algunos ya logrados y otros nuevos por explorar. Se caracteriza por

aceptar los desafíos y la búsqueda de espacios de especialización de sus integrantes y del equipo en sí mismo, como manifestar su apertura hacia otros grupos y personas en un vínculo de asociación y trabajo conjunto.

La empresa y como diferenciarse de la competencia. Las Relaciones Públicas y su valor agregado

Damián Di Pasqua

Las Relaciones Públicas son vitales para la dirección de la empresa ya que éstas nos permiten y facilitan el conocimiento y la integración entre la organización y sus públicos. No olvidemos que es muy importante para todos los ejecutivos ganarse el soporte de sus públicos.

Entrevista al Dr. Edward Bernays (1891-1995).
Cambridge EAU.

En el marco de los Open DC llevados a cabo en la Universidad de Palermo, presenté como docente a cargo el Taller *¿Cómo diferenciarse de la competencia?*

Sin duda alguna muchos de los participantes en aquella oportunidad me preguntaban si hay manera concreta de diferenciarse.

Los servicios profesionales para que las organizaciones se diferencien de sus pares se han incrementado. Las acciones de diferenciación están siendo vistas por el empresariado como indispensables y los impactos esperados que están posicionando a la actividad en sí son bastantes buenos. Ahora, ¿Cuál es la clave de la diferenciación?, sin duda la visión de negocio. La pregunta surge desde los siguientes conceptos; cómo percibimos las mejoras en el negocio – cómo incubamos el sentido productivo – cómo generamos alternativas - .

Sabemos que puede haber varios aspectos que nos traban el mejoramiento del negocio. En lo comercial muchas veces se siente que las organizaciones no le encuentran la vuelta para progresar en el ser diferentes ó especiales. Se enquistan en una manera de percibir más de lo mismo sin poder ver alternativas distintas. Que nuestra organización tenga un producto, servicio o marca diferente es una capacidad que no muere, y se puede recrear desarrollando nuevas maneras de percibir para encontrar soluciones en cada caso.

Gran parte del mercado (ya sean pymes, grandes corporaciones ó simplemente emprendedores) ha solicitado alguna alternativa para marcar una diferencia, dado que en los últimos años se tuvo un crecimiento rápido y tenían generalmente estructura para soportarlo, por lo cual se ha recurrido ó intensificado estas prestaciones profesionales, desde ya se presentan muchos desafíos por distintas cuestiones del mercado, y cuando el mercado está bien, las preocupaciones son otras, y ahí esta nuestro desafío, pero no sólo en lo profesional, sino en lo personal para llevar a una herramienta como las Relaciones Públicas a dar un verdadero valor agregado.

Es innegable que las empresas tienen un rol esencial en mejorar. Para tener éxito se debe contar con las herramientas necesarias para lograrlo.

La calidad y el servicio son fenómenos impulsados por