

# Egresados de la Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo.

[Catálogo de Tesis. 1ª Edición. Ciclo 2004-2007]

---

**Resumen:** Esta publicación propone evidenciar, a partir de los trabajos de tesis, los lazos que se fueron tejiendo entre la formación académica con sus procesos, criterios y mecanismos absolutamente heterogéneos, y la destreza propia de cada disciplina, pudiendo validar a lo largo de todo el documento un modelo teórico de competencias interculturales transversales propias de cada tesis. Lo importante es que a lo largo del camino recorrido en la maestría se pueda ir verificando –a partir de la presentación de los diferentes proyectos- que las categorías teóricas propuestas por cada maestrando emerjan en la aplicación empírica que los hace trabajos originales y hasta algunos plausibles de ser publicados académicamente.

**Palabras claves:** diseño - identidad - imagen - investigación - marca - medios - objeto - producción - tecnología.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 13]

---

En el marco de la Maestría en Diseño de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo, esta publicación forma parte de la primera edición que agrupa los resúmenes de las Tesis aprobadas durante el período de 2004 - 2007.

La Maestría en Diseño ofrece a profesionales del diseño, las comunicaciones, ciencias sociales y negocios, capacitación en el nivel de postgrado para la concepción integral de proyectos de Diseño de mediana y gran complejidad en empresas e instituciones. Abarca desde diversos enfoques, perspectivas y disciplinas, cuestiones de planificación estratégica, articulación en el espacio organizacional, desarrollo de marca, imagen, e identidad, integrando la gestión de imagen y la proyección de negocios, para importantes proyectos en el campo del diseño.

El maestrando adquiere una sólida formación en los aspectos metodológicos, técnicos y operativos conducentes a una amplia formación estratégica aplicada al campo de la imagen, el diseño y las comunicaciones. Analiza la problemática de la imagen como recurso corporativo, conociéndola como un todo a través de los múltiples emprendimientos y soportes de diseño en los que se materializa.

La posibilidad de contribuir a la formación de egresados de posgrado en áreas de diseño, a partir de una sólida formación teórica, metodológica y multidisciplinaria, permite a la Facultad posicionarse como una de las instituciones pioneras en este espacio pedagógico.

Esta publicación propone evidenciar, a partir de los trabajos de tesis, los lazos que se fueron tejiendo entre la formación académica con sus procesos, criterios y mecanismos absolutamente heterogéneos, y la destreza propia de cada disciplina, pudiendo validar a lo largo de todo el documento un modelo teórico de competencias interculturales transversales propias de cada tesis. Lo importante es que a

lo largo del camino recorrido en la maestría se pueda ir verificando –a partir de la presentación de los diferentes proyectos- que las categorías teóricas propuestas por cada maestrando emerjan en la aplicación empírica que los hace trabajos originales y hasta algunos plausibles de ser publicados académicamente.

Todas y cada una de estas tesis se destacan por presentar un elemento fundamental, no solo en el contexto de la transmisión y la didáctica del diseño a nivel universitario, sino que además se llegan a asociar en forma directa, tanto en el campo proyectual, como en el ejercicio profesional

El sistema de elaboración conceptual del diseño se ve representado a partir de estos trabajos bajo dos abordajes posibles, uno vinculado con el campo de la filosofía y el otro encarnado dentro de la estructura académica y por ende social.

La Maestría en Diseño supone unificar estos principios y verlos expresados en la construcción de las tesis finales, como objetivos éticos de formación y construcción de un saber disciplinar superior.

Esta manera de estructurar los estudios de nivel académico avanzado, permiten una mayor apreciación transdisciplinar sobre los temas que atañen al diseño y sus complejos alcances.

Las tesis propuestas como modelo de análisis, abarcan una amplia gama de problemas que ponen en escena distintas temáticas latinoamericanas y una interesante variedad de enfoques.

Las tesis citadas en esta publicación se agruparon por temáticas similares para una mejor comprensión teórica y las mismas corresponden a los Magister; Guadalupe Majdalani, Marcelo Albónico, Fernanda Pacheco Vera, Andrés Felipe Lozano Prieto, Vanesa Zúñiga Tinizaray, César Mauricio Toala Veloz, Daniela Di Bella, Isadora Miguel Sánchez, Ivette Brenes Bido, Nancy Viviana Reinhardt, Omar Franco Cañón, Rubén Adolfo Tascón Bedoya, Natalia Elena Melo Maturana, Mariela Andrea D'Angelo, Marcela Zena, Noemí Galanternik, María de los Milagros Cofone y Andrés Ricardo Novoa Montoya.

Así mismo para una mejor organización de la producción académica de la Maestría, se desarrollaron líneas temáticas, las cuales constituyen un soporte para la realización de nuevas acciones; 1- Empresas, 2- Marcas, 3- Nuevas Tecnologías, 4- Nuevos Profesionales, 5- Producción de Objetos e Imágenes, 6- Recursos para el Aprendizaje, 7- Medios 8 - Relevamiento Terminológico e Institucional.

## **1. Empresas**

La empresa representa uno de los organismos vitales del acontecer socioeconómico. En forma permanente, ha sido campo para el acceso de los avances científicos, tecnológicos y culturales. En los últimos decenios, las organizaciones han establecido nuevos sistemas de gestión para satisfacer en cada medio las demandas y expectativas destinadas a enfatizar el aparato productivo. La agudeza de su problemática, proporciona un campo de estudio de innovaciones, paradigmas y estructuras, cuyo análisis permite orientar la producción innovadora del diseño y las comunicaciones aplicadas.

Dentro de esta línea se encuentra la tesis de Guadalupe Majdalani, “Formato Resto-Bar. Presentación y aceptación en la Argentina”.

## **2. Marcas**

La marca constituye actualmente uno de los elementos más significativos, tanto en lo referente al mercado de producción, como a los procesos de circulación y de significación en el ámbito cultural. La recopilación, registro y análisis en torno de las marcas, constituye un recurso estratégico para la creación y la innovación de los profesionales del diseño y las comunicaciones aplicadas.

En este encuadre, podemos incluir a las siguientes tesis:

“La gestión de identidad como base para la creación de una marca empresarial: un camino para

lograr una ventaja competitiva sostenible”, Fernanda Pacheco Vera.

“Cinco marcas colombianas”, Omar Franco Cañón.

“Estructuras sinérgicas de marcas. Cobranding y gestión estratégica como agregado de valor a los activos de marca. Estudios de caso, Argentina 2001-2006”, María de los Milagros Cofone.

### **3. Medios**

Los medios son los principales actores comunicacionales que determinan las prácticas sociales, políticas, económicas, culturales del mundo contemporáneo. Constituyen las formas de representación de los horizontes de la realidad, reproducen prácticas y la dimensión valorativa de las mismas. Son ámbitos de creación y de renovada influencia en las experiencias de lo público y lo privado.

El estudio integral del repertorio de procesos artísticos, estéticos, creativos, funcionales de los medios y sus efectos, permiten la construcción de un valioso conocimiento, para avanzar en el pensamiento crítico y en la renovación constante de la formación de profesionales del diseño y las comunicaciones.

Citamos dentro de este campo temático los siguientes títulos:

“Gestión de la imagen de la industria cinematográfica Argentina, según los diarios Clarín y La Nación en el período 2000-2002”, Marcelo Albónico.

“La evolución del diario impreso en la Argentina entre 1994 y 2004”, Noemí Galanternik.

### **4. Nuevas Tecnologías**

Los recursos digitales considerados como herramientas de trabajo han aportado nuevos lenguajes y posibilidades de creación. Esta instancia innovadora de las nuevas tecnologías, afecta a su vez, la vida cotidiana de la sociedad en su conjunto, determinando nuevos procesos de circulación de la información, y de las prácticas de producción y creación.

En su conjunto las nuevas tecnologías constituyen un campo para el estudio y el análisis necesario para la actualización creativa, la selección y aplicación de nuevos criterios en la producción y creación del diseño y las comunicaciones.

En esta área se enmarcan dos trabajos de investigación:

“Contenidos programáticos para una carrera de arte tecnomedial en Argentina”, Daniela Di Bella.

“La Universidad.com. La Universidad on-line: un modelo web universitario”, Rubén Adolfo Tascón Bedoya.

### **5. Nuevos Profesionales**

La idea de un profesional capaz de planificar creativamente las acciones de Diseño y Comunicación, es posible desde un enfoque activo de indagación de la realidad. En este marco, la formación de futuros profesionales en las áreas de Diseño y Comunicación, incorpora el estudio de las necesidades y demandas realizadas por la práctica profesional real.

El estudio de las tendencias de la práctica profesional, sus modalidades, los requerimientos en capacitación y manejo de habilidades, constituye un campo de análisis necesario para promover un perfil en la formación de profesionales dinámicos y creativos, con alta capacidad de innovación.

Una de las tesis que responde a esta temática conceptual es, “La constitución del diseño gráfico en República Dominicana”, Isadora Miguel Sánchez.

### **6. Producción de Objetos, Espacios e Imágenes**

Los objetos e imágenes constituyen un sistema de relaciones protagonizado por una compleja trama

de requerimientos formulados en un determinado momento histórico. En este proceso están involucrados, de modo directo, intereses y expectativas de las relaciones con la sociedad que los crea.

El estudio de los procesos de formación y de las cualidades de objetos, espacios e imágenes, tales como movilidad en el tiempo, condiciones de serialidad y aún de obsolescencia, constituyen un campo propio de la reflexión, análisis y la producción teórica del diseño y la comunicación.

En este campo se encuadran los siguientes trabajos de investigación:

“Semiotropía y retórica de la imagen en el diseño publicitario dominicano”, Ivette Brenes Bido.

“La iconografía religiosa como un elemento de moda o diseño”, Natalia Elena Melo Maturana.

“No imagen”, Andrés Felipe Lozano Prieto.

“El lenguaje objeto-corporal”, Andrés Ricardo Novoa Montoya.

### **7. Recursos para el aprendizaje**

La originalidad y movilidad permanente de las disciplinas del diseño y la comunicación, requiere de acciones continuas orientadas a enriquecer la relación enseñanza-aprendizaje.

La constante producción académica en la elaboración de herramientas metodológicas solidifica la actualización de los campos disciplinares, permite actualizaciones curriculares y valida las innovaciones en las tareas propias de la formación universitaria.

La elaboración de bases de datos para el acceso a la información, la realización de estados del arte de las disciplinas del diseño y la comunicación, la generación de recursos didácticos de diversa índole, constituyen un conjunto valioso de producciones destinadas a facilitar progresivos y eficaces avances en la formación de los estudiantes del diseño y la comunicación.

Los trabajos vinculados a esta línea temática son:

“Infografía didáctica. Producción interdisciplinaria de infografías para la diversidad cultural”, Nancy Viviana Reinhardt.

“Aproximación a un vocabulario visual andino”, Vanesa Zúñiga Tinizaray.

“Diseño sustentable como expresión de identidad. Guía para la aplicación de diseño sustentable en la arquitectura vernácula”, César Mauricio Toala Veloz.

“La gramática del signo icónico”, Mariela Andrea D’Angelo.

“Manifestaciones de la cultura promovidas desde la iniciativa pública: el caso del Gobierno de la Ciudad”, Marcela Zena.

### **8. Relevamiento terminológico e institucional**

Los relevamientos terminológicos implican delimitar los alcances de cada lengua especial y distinguirla de esta forma del lenguaje corriente. Las actividades profesionales se caracterizan por el uso de vocabularios propios caracterizados por la internacionalidad, estabilidad y expansión, tanto en el orden teórico como técnico.

Los vocablos propios de cada campo y práctica, permiten la elaboración de herramientas organizacionales del lenguaje, glosarios, léxicos, y otros que se convierten en contribuciones que promueven en su conjunto la consolidación de las especificidades, teórico-técnicas de las distintas disciplinas del diseño y la comunicación.

Esta compilación de trabajos nos muestra que el mosaico científico propuesto a partir de la yuxtaposición de saberes locales permite en el público latinoamericano sentirse atraído intelectualmente hacia una reflexión infinita, buscando -a través de la maestría- un ordenamiento intencional y for-

malizado de conocimientos, destrezas y actitudes propias de cada individuo.

En la página XX se incluye el listado completo de las Tesis aprobadas hasta el cierre de la edición diciembre 2009. En sucesivas publicaciones se incluyen los resúmenes y las Tesis destacadas, que el Comité de Evaluación de Maestría recomienda su publicación.

Con este número se abre una serie que trasluce la producción académica de la Maestría en Diseño.

---

**Summary:** This publication proposes to demonstrate, from the thesis works, the bows between the academic formation with their absolutely heterogenous processes, criteria and mechanisms, and the own skill of each discipline, being able to validate throughout the document a theoretical model of own cross-sectional intercultural competitions of each thesis. What is relevant here is that throughout the way crossed in the masters it is possible to verify that the theoretical categories proposed by each student emerge academically in the empirical application making works original and even able to be published.

**Key words:** design - brand - identity - image - investigation - object - media - production - technology.

**Resumo:** Esta publicação propõe evidenciar, a partir dos trabalhos de teses, os laços que se foram tecendo entre a formação acadêmica com seus processos, critérios e mecanismos absolutamente heterogêneos, e a destreza própria de cada disciplina, podendo validar ao longo de todo o documento um modelo teórico de concorrências interculturais transversais próprias de cada tese. O importante é que ao longo do caminho percorrido na maestria se possa verificar –a partir da apresentação dos diferentes projetos- que as categorias teóricas propostas emergem na aplicação empírica que os fazem trabalhos originais e até alguns plausíveis de ser publicados academicamente.

**Palavras chave:** design - identidade - imagem - investigação - marca - médios - objeto - produção - tecnologia.

---