

***Trabajos Finales de Grado.  
Proyectos de Graduación.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Universidad de Palermo.  
Catálogo 1993-2004.***

**19**

***Agosto  
2005***

***Cuadernos del Centro de Estudios en  
Diseño y Comunicación***  
[Ensayos]

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Universidad de Palermo.  
Buenos Aires, Argentina.

**Cuadernos del Centro de Estudios en  
Diseño y Comunicación.**

CED&C  
Universidad de Palermo.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.  
Mario Bravo 1050.  
C1175ABT. Ciudad Autónoma de Buenos Aires,  
Argentina.  
www.palermo.edu  
infocedyc@palermo.edu

**Director**

Oscar Echevarría

**Editor**

Estela Pagani

**Comité Editorial**

Raúl Castro. *Universidad de Palermo. Argentina.*  
Allan Castelnuovo. *Market Research Society. Londres.  
Reino Unido.*  
Michael Dinwiddie. *New York University. EE.UU.*  
Marcelo Ghio. *Universidad de Palermo. Argentina.*  
Andrea Noble. *University of Durham. Reino Unido.*  
Joanna Page. *Cambridge University, CELA. Reino Unido.*  
Hugo Pardo. *Universidad Autónoma de Barcelona. España.*  
Ernesto Pesci Gaytán. *Universidad Autónoma de  
Zacatecas. México.*  
Daissy Piccinni. *Universidad de San Pablo. Brasil.*  
Fernando Rolando. *Universidad de Palermo. Argentina.*

**Comité de Arbitraje**

Adriana Amado Suárez. *Universidad de Palermo.  
Argentina.*  
José María Doldan. *Universidad de Palermo. Argentina.*  
Roxana Garbarini. *Centro Analisi Sociale. Italia.*  
Sebastián Guerrini. *Universidad de Kent, Canterbury.  
Reino Unido.*  
Julio Moyano. *Universidad Nacional de Entre Ríos. Argentina.*  
Eduardo Russo. *Universidad Nacional de La Plata.  
Argentina.*  
Sylvia Valdés. *Universidad de Cambridge, CELA. Reino Unido.*

**Textos en Inglés**

Felipe Lozano

**Textos en Portugués**

Analía Jaccoud

**Diseño**

Constanza Togni  
Francisca Simonetti

**Web**

Bárbara Echevarría

**Universidad de Palermo**

**Rector**

Ricardo Popovsky

**Facultad de Diseño y Comunicación**

**Decano**

Oscar Echevarría

**Escuela de Diseño**

**Secretario Académico**

Jorge Gaitto

**Escuela de Comunicación**

**Secretario Académico**

Jorge Surraco

**Centro de Estudios en Diseño y Comunicación**

**Coordinador**

Estela Pagani

1º Edición.

**Cantidad de ejemplares:** 500

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.

Agosto 2005.

**Impresión:** Imprenta Kurz.

Australia 2320. (C1296ABB) Ciudad Autónoma de  
Buenos Aires, Argentina.

ISSN 1668-0227

Se autoriza su reproducción total o parcial, citando las fuentes.  
El contenido de los artículos es responsabilidad de los autores.

***Trabajos Finales de Grado.  
Proyectos de Graduación.  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Universidad de Palermo.  
Catálogo 1993-2004.***

**19**

***Agosto  
2005***

***Cuadernos del Centro de Estudios en  
Diseño y Comunicación***  
[Ensayos]

Centro de Estudios en Diseño y Comunicación  
Facultad de Diseño y Comunicación.  
Universidad de Palermo.  
Buenos Aires, Argentina.

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación [Ensayos], es una línea de publicaciones semestrales del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. Los Cuadernos reúnen papers e informes de investigación sobre tendencias de la práctica profesional, problemáticas de los medios de comunicación, nuevas tecnologías y enfoques epistemológicos en los campos del Diseño y la Comunicación, aprobados en el proceso de referato dirigido por el Comité de Arbitraje de la publicación.

Los estudios publicados están centrados en las líneas de investigación que orientan las acciones del Centro de Estudios: 1. Empresas, 2. Marcas, 3. Medios, 4. Nuevas Tecnologías, 5. Nuevos Profesionales, 6. Objetos, Espacios e Imágenes.

El Centro de Estudios en Diseño y Comunicación receptiona colaboraciones para ser publicadas en los Cuadernos del Centro de Estudios . [Ensayos]. Las instrucciones para la presentación de los originales se encuentran disponibles en:

[www.palermo.edu.ar/facultades\\_escuelas/dyc/cestud/cuadernos/instrucciones\\_publicar.html](http://www.palermo.edu.ar/facultades_escuelas/dyc/cestud/cuadernos/instrucciones_publicar.html)

# Sumario

*Cuadernos del Centro de Estudios en  
Diseño y Comunicación [Ensayos] N° 19*  
ISSN 1668-0227

Facultad de Diseño y Comunicación.  
Universidad de Palermo.  
Buenos Aires, Argentina.  
Agosto 2005.

<b>Proyectos de Graduación</b>	
Julio Moyano.....	pp. 9-13
<b>Trabajos Finales de Grado. Catálogo 1993-2004.....</b>	<b>pp. 15-16</b>
<b>Trabajos Finales de Grado. Guía 1993-2004 por orden alfabético.....</b>	<b>p. 17</b>
<b>Trabajos Finales de Grado. Índice por Carreras.....</b>	<b>pp. 59-78</b>
Diseño.....	pp. 59-60
Diseño de Imagen Empresaria.....	p. 59
Diseño de Packaging.....	pp. 59-60
Diseño Editorial.....	p. 60
Diseño Publicitario.....	p. 60
Diseño de Imagen y Sonido.....	pp. 60-61
Diseño de Interiores.....	p. 61
Diseño Textil y de Indumentaria.....	pp. 61-63
Licenciatura en Comunicación Audiovisual.....	p. 63
Licenciatura en Publicidad.....	pp. 63-73
Licenciatura en Relaciones Públicas.....	pp. 73-78
<b>Trabajos Finales de Grado. Índice por Líneas Temáticas.....</b>	<b>pp. 79-100</b>
Empresas / Organizaciones / Instituciones.....	pp. 79-85
Marcas.....	pp. 85-86
Medios.....	pp. 87-95
Nuevas Tecnologías.....	pp. 95-96
Nuevos Profesionales.....	p. 97
Producción de Objetos, Espacios e Imágenes.....	pp. 98-100
<b>Trabajos Finales de Grado. Índice por Títulos.....</b>	<b>pp. 101-120</b>
<b>Publicaciones del CED&amp;C .....</b>	<b>pp. 121-123</b>



Fecha de recepción:  
Marzo 2005  
Fecha de aceptación:  
Marzo 2005  
Versión final:  
Agosto 2005

# Proyectos de Graduación

Julio Moyano\*

## **Resumen / Proyectos de Graduación**

Los Trabajos Finales de Grado, bajo la forma de tesinas, tesis, sistematizaciones de prácticas o ensayos científicos, producen un corpus acumulativo de información empírica de utilidad, estados del arte específicos, modelos de aplicación y aportes científicos relevantes; pero también significan una experiencia irremplazable en la formación, no sólo de futuros investigadores académicos, sino de profesionales en general. La presencia de trabajos finales de grado en los planes de estudios universitarios responde a un eje curricular principal.

## **Palabras clave**

Conocimiento científico, Educación Superior, epistemología, hermenéutica, investigación, Trabajo Final de Grado.

## **Summary / Final Thesis Works**

The Final Thesis Works (thesis, practice systematization or scientific essay), produce a cumulative empirical information corpus of utility, specific states of art, application models and prominent scientific contributions; they also signify an irreplaceable formation experience, not only for future academic investigators, but also for professionals in general. The Final Thesis Works presence in the university plans of study, responds to a main curriculum axis.

## **Key Words**

Epistemology, Final Thesis Works, hermeneutic, Higher Education, research, scientific knowledge.

## **Resumo / Trabalho final da formatura**

O trabalho Final de Formatura (tese, sistematização de práticas ou ensaio científico) produz um corpus acumulativo de informação empírica de utilidade, estados da arte específicos, modelos de aplicação e contribuições científicas de relevância; mas também significa uma experiência indispensável na formatura, não só dos futuros pesquisadores acadêmicos, senão de profissionais em geral. A presença do trabalho final de graduação no plano de estudo universitário responde à linha curricular principal.

## **Palavras chave**

Conhecimento científico, Educação Superior, epistemologia, hermenéutica, pesquisa, Trabalho final de Graduação.

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, N° 19 (2005). pp 9-14. ISSN 1668-0227

\*Posgrado en Metodología de la Investigación, Universidad Nacional de Entre Ríos. Miembro del Comité de Arbitraje de las publicaciones del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Docente de la Universidad de Palermo.

## **Proyectos de Graduación**

---

“La idea es la unidad del concepto y la realidad”  
G. Hegel<sup>1</sup>

### **El Proyecto de Graduación en el sistema universitario. Los Trabajos Finales de Grado**

La presencia de trabajos finales de grado en los planes de estudios universitarios responde a un eje curricular principal: La articulación teoría-práctica, con la puesta en tensión del conjunto de conocimientos, habilidades y manejo de técnicas e instrumentos logrados durante la etapa áulica de las respectivas carreras. Se trata, dice Alejandra Ojeda (2003) “del particular e irremplazable momento vital que -independientemente de la edad- supone el paso de la condición de estudiante a la de graduado, y especialmente la redefinición de rol que implica pasar de la instancia áulica en la que el aprendizaje teórico-práctico se logra bajo la dirección programada del docente, a la presentación de un producto profesional completo que supone la articulación autónoma de conocimientos previos, la formulación teórica de un problema, la delimitación de un objeto, la elección de fuentes, muestras, técnicas e instrumentos; la construcción e interpretación de los datos y la comunicación de los resultados” (Ojeda, A.; 2003: 2). No se trata sólo del necesario contacto con el “mundo del trabajo”, que en las últimas décadas adquirió creciente importancia en los debates sobre enseñanza superior y en los diseños curriculares, en forma paralela a la universalización del requisito de trabajos finales en el nivel de grado; pues tales prácticas de contacto “con la realidad” -para expresarlo en los términos en que suelen verbalizar los estudiantes su angustia frente a la escisión teoría-experiencia- suelen resolverse por medio de actividades prácticas organizadas desde cátedras, sistemas de extensión y -más recientemente- pasantías y prácticas profesionales finales con evaluación, pero no se reemplaza con ello en términos reglamentarios, curriculares ni pedagógicos, el rol que ocupan los trabajos finales de graduación.

Estos últimos se apoyan, en cambio, en un marco epistemológico, conceptual y operativo diferente, articulándose con la solicitud de trabajos prácticos y monografías a lo largo de toda la cursada, pero fundamentalmente planteado como la vertebración de un sistema de puesta en tensión máxima de la articulación eficaz entre los grandes territorios de la formación obtenida, para la construcción y resolución de un objeto específico: Teorías, información sistematizada, modelos y esquemas, técnicas e instrumentos, diagnósticos, procedimientos, planes, tareas, controles, análisis, comunicación.

“La enseñanza universitaria presupone el dominio de un conjunto de conocimientos, métodos y técnicas científicas que deben ser enseñadas críticamente. Adicionalmente, una adecuada enseñanza universitaria

debe conducir a que el alumno adquiera una progresiva autonomía en la adquisición de conocimientos ulteriores, en desarrollar capacidades de reflexión, en el manejo de la documentación necesaria, en el dominio del ámbito científico y profesional de cada una de las especialidades, etc. Es decir, el dominio de una determinada disciplina debe ir acompañado de una progresiva exigencia de autonomía en el ejercicio de aquello que cuanto es necesario para ser un buen profesional. La enseñanza universitaria exige considerar, como uno de sus elementos imprescindibles, la integración del proceso de enseñanza/aprendizaje con la actividad de investigación. La relación entre docencia, aprendizaje e investigación se encuentra en la base misma del concepto y funciones de la Universidad, y ambas deben mantener una articulación coherente. Esta misma relación permitirá que el profesor sea capaz de enseñar mediante sus propias incertidumbres; que son propias de todo proceso de investigación, incluyendo la capacidad de autoaprendizaje y autodesarrollo” (Benedito Antoli, V., y otros; 1992: 17). Tal sistema ha tenido, tradicionalmente, su expresión clásica en la tesis doctoral, en la cual, presupuesto el objetivo de alcanzar un nivel de excelencia en el ámbito científico-académico, se planteaba como requisito necesario la producción, por parte del aspirante, no sólo de una correcta secuencia procedimental, sino un producto que debía necesariamente dar cuenta por completo del estado de la cuestión y producir un plus de conocimiento científico que agregue un elemento nuevo a dicho estado.

En las últimas décadas, en cambio, la expansión sistemática y la masificación de la Educación Superior, así como los requisitos crecientes de formación universitaria para los recursos humanos decisivos en la actividad económica, la gestión pública, los servicios y los sistemas regulativos de la sociedad ha llevado a la formulación de un sistema educativo de nivel superior en varias etapas: Grado, maestría, doctorado<sup>2</sup>. Esto implica un proceso de apropiación y producción de saberes por medio del método científico, entre un primer nivel (grado) en el cual el énfasis se pone en la demostración de capacidad de aprendizaje, diagnóstico y resolución de problemas en forma autónoma y científica, hasta el nivel superior (maestría y doctorado) en el cual las tesis deben, además de producir aportes en términos de conocimiento científico, acrecentar claramente el corpus de saberes de la disciplina<sup>3</sup>. Pero este escalonamiento de niveles crecientes de dificultad y aportes resulta claro en su función cuando se trata de disciplinas y planes de carrera en los que la investigación ocupa un rol central y la producción escrita a partir de fuentes diversas es parte decisiva de la práctica disciplinar específica. No era tan claro, en cambio, hasta poco tiempo atrás, cuando se trataba de disciplinas que -aún requiriendo niveles muy altos de especialización y actualización constante- se orientaban a la toma de decisiones en la resolución de casos de



diversa complejidad. Pero no hacían hincapié, en cuanto a su utilidad social principal, en la creación de conocimiento científico. Así, por ejemplo, se ubican gran parte de las ciencias económicas, y en general, las disciplinas orientadas a la toma de decisiones eficaces en entornos de incertidumbre y creación, entre las que destaca el conjunto de disciplinas proyectuales. Esto hacía que buena parte de las carreras profesionales no incluyeran en la currícula, hasta hace muy poco tiempo, trabajos finales de grado. La eficacia pedagógica de tales trabajos ha demostrado, sin embargo, ser tan elevada en las disciplinas proyectuales –aún en aquellas fuertemente atravesadas por la dimensión estética– como en el campo de las ciencias sociales y humanidades. Y aunque Bourdieu (1990: 225) ironizó acerca de que “arte y filosofía no se llevan bien” debido al molesto interés de esta última en erigirse en parte del territorio de la interrogación crítica sobre la producción artística como práctica social. No se trata sólo que el nivel de grado exige niveles de autonomía: La instancia de trabajo final constituye un momento vital de autoafirmación. El comentario humorístico de Eco fue publicado en el contexto de emergencia de la “Universidad de masas” en Europa y particularmente en Italia, momento en que se planteó (años ‘60 y ‘70) la universalización del requisito de realización de tesis de grado, con un requerimiento de nivel epistemológico inferior al de los doctorados y maestría, pero muy por encima de lo que estaban acostumbrados a hacer los graduados universitarios hasta entonces. La realización de la Tesis brinda el dominio de un eje problemático propio, cuya profundización podrá realizarse en etapas sucesivas, así como una sólida experiencia de integración de herramientas y conceptos aprendidos y aplicados a un objeto específico, y por sobre todo, elegido y diseñado prácticamente en completa soledad. Pero además, insistía Eco, el paso por la instancia final de grado puede ser divertida, apasionante en términos personales y afirmativa del Yo.

Heintz Dietrich recuerda una bella expresión de Sigmund Freud: “Descubrir algo desconocido produce un “sentimiento oceánico” en el individuo (...) Cuando después de un sostenido y prolongado trabajo de análisis, el reporte de investigación, la tesis o el ensayo reflejan la calidad del esfuerzo y la creatividad del autor, éste se sentirá con una sensación de tranquilidad, autoestima y profundidad muy semejante a la que irradia la inmensidad del océano” (Dieterich, H.; 1999: 13). Más aún, tratándose de disciplinas profesionales como las referidas aquí, que se ocupan de objetos culturales (Cfr. Jitrik, N.; 1993,1995), objetos problemáticos, complejos, multidimensionales y que involucran en forma íntegra al propio sujeto de conocimiento que deberá hacer un particular esfuerzo de distanciamiento si desea dar a luz el aprendizaje. El peso absoluto de las técnicas e instrumentos podrá –o no– ser tan elevado como en trabajos de ciencias duras; pero su peso relativo cederá lugar al rol central de la formulación de marcos teóricos adecuados, necesariamente multidisciplinarios: Los estudios culturales y comunicacionales, la semiótica, la economía, la sociología, la psicología, la historia, etc. A ello se agrega, sin duda,

un especial énfasis puesto, tratándose de territorios profesionales ampliamente ligados a la comunicación, en la instancia de validación expositiva (Cfr. Samaja, J.; 1993a: 33). “El objetivo general de esta última fase consiste en exponer los resultados obtenidos tal como se piensa que ellos se incorporan al cuerpo teórico principal del cual se ha partido”, haciendo uso de los “lugares comunes” que imperan en la comunidad científica, y por lo tanto, bordeando la noción misma de paradigma (Kuhn, 1980), o de Episteme (Foucault, 1970). Esto supone peligros y problemas: ¿Cómo garantizar eficacia comunicacional si no afirmamos retóricamente los nexos entre lo nuevo propuesto y el sistema de inclusión previo? Y en el otro extremo, ¿Cómo evitar la disolución del objeto concreto trabajosamente construido en el trabajo científico, a manos de la “evidencia” del paradigma a través del cual se está validando la inclusión de nuevos saberes? ¿Cómo evitar la caída en un apriorismo de las hipótesis generales ilustradas con ejemplos? Frente a un objeto especialmente complejo, decía Marx, en medio de un clima de cambio de época entre la filosofía clásica y las Ciencias Sociales próximas a nacer: “Ciertamente, el modo de exposición debe distinguirse, en lo formal, del modo de investigación. La investigación debe apropiarse pormenorizadamente de su objeto, analizar sus distintas formas de desarrollo y rastrear su nexo interno. Tan sólo después de consumada esa labor, puede exponerse adecuadamente el movimiento real. Si esto se logra y se llega a reflejar idealmente la vida de ese objeto, es posible que al observador le parezca estar ante una construcción apriorística” (Marx, Epílogo a la segunda edición de El Capital, en 1974: 92). En virtud de esta tensión, el modo en que se expondrá exige un recorrido diferente, y la inclusión de este tipo de trabajo en el curriculum universitario de ciencias ligadas a objetos culturales (humanas, sociales, comunicacionales, proyectuales de hábitat y entornos perceptuales) permite dejar atrás, en relación con ello, dos distorsiones simétricas heredadas del sistema universitario tradicional aún en boga en la primera mitad del siglo XX: En un extremo, el ensayismo carente de instrumentos y técnicas confiables, tratamiento sistemático de fuentes y respeto por la construcción de la evidencia; en el otro, la aplicación de un recetario de técnicas a todo aquello que quepa en ellas, en reemplazo de la construcción teórico-práctica de un objeto problemático.

Debe ser, sin dudas, motivo de orgullo para la Facultad de Diseño y Comunicación el poder constatar que el grueso de los trabajos se sostiene con solidez sorteando tales defectos, y articulando en un todo coherente los tres elementos decisivos de esta experiencia –demostrar la resolución de un objeto de investigación en forma de tesis, reflexionar críticamente sobre el recorrido metodológico realizado y las herramientas aplicadas en él, prestar particular atención a la calidad comunicacional de la pieza con que se da cuenta de los resultados– presentándolos adecuadamente integrados entre sí y frente al lector modelo del trabajo entregado.

### **Los Trabajos Finales de Grado. Iniciativas y tensiones**

Las instancias descriptas no impiden que, aún en la actualidad, buena parte de la población de estudiantes del sistema universitario argentino encuentre frente a la realización de trabajo final un momento de angustia en lo emocional y de obstáculo epistemológico en lo cognitivo. Se trata de una brecha que el sistema en su conjunto redujo en los últimos quince años con una más adecuada articulación entre teoría, método y práctica en el currículum; pero que posee algunos componentes probablemente inevitables. El alto número de alumnos con dificultades para formular el proyecto no necesariamente guarda relación directa con las capacidades demostradas a lo largo de su cursada, ni con un perfil particular de estudiante. Es un problema extendido que afecta a una parte importante de la matrícula y que se agrava por el hecho que estos estudiantes hallan creciente dificultad para sostener el ritmo de asistencia regular a la universidad cuando probablemente ha concluido su cursado. Queda así el inicio del trabajo exclusivamente en manos de una iniciativa individual. Aunque el trabajo se realizase entre dos alumnos, como sucede en numerosas casas de estudio, esto no necesariamente resuelve el problema, sino que lo multiplica: Dos personas desorientadas, cada una con sus ritmos, intereses y formación, frente a la demanda de diseñar un proyecto completo, sin indicaciones de ningún tipo (Ojeda, 2004: 3).

Una vez que el alumno decide iniciar la formulación de su trabajo surge la dificultad para recortar el tema, la cual se agrava en los casos en que éste presente lagunas formativas o carezca de intereses profesionales ya claramente definidos. Diversas experiencias de taller de tesis, tanto de grado como de posgrado, permiten contar con un arsenal de herramientas pedagógicas adecuado a esta problemática, tanto en el aspecto motivacional de la elección, como en cuanto a su necesario recorte epistemológico y operativo, garantizando su a priori de inteligibilidad, su factibilidad y su relevancia (Ojeda, 2004: 3 in fine). La implementación del currículum por proyectos desde el primer año ha permitido a nuestra Institución, sin embargo, que la instancia de trabajo final constituya un obstáculo frente al que se ha ensayado ya numerosas experiencias previas de menor pero creciente rango.

El cuasi-ritual de pasaje a que refiere el texto de Ojeda citado más arriba nos recuerda que este momento de angustia y obstáculo conserva, una vez superadas las falencias curriculares, un rol pedagógico y epistemológico. Dicen al respecto Calello, H. y Neuhaus, S. (1999: 7): "El sociólogo, el psicólogo, el médico, el economista, el ingeniero, el planificador, el educador y también el graduado universitario que afronta la crucial tarea de presentar en una "Tesis" el resultado de su aprendizaje práctico teórico, se encuentran ante un desafío parecido. ¿Cómo afrontar "científicamente" la problemática de la realidad, para lo cual han sido formados teóricamente y entrenados conceptualmente? ¿Cómo descubrir las carencias, las

asincronías de un "mundo real" que deben necesariamente modificar para cumplir cabalmente su papel genérico de hombre-sujeto activo y transformador de la realidad, y su papel particular de profesional formado para evaluar, investigar y corregir situaciones conflictivas específicas?

### **La formación de profesionales en el siglo XXI**

En las últimas décadas se han sucedido debates sobre qué ha de pedirse a un estudiante de grado como síntesis de sus aprendizajes y entrenamientos. Algunos puntos de vista coinciden con los deseos de simplificación del universo de obstáculos epistemológicos y administrativos que parte de los jóvenes estudiantes verbaliza en alguna etapa de su carrera.

Sobre el sentido o pertinencia de las tesis en carreras orientadas a saberes técnicos la tendencia de los países con mejores niveles de desarrollo científico-técnico no deja lugar a dudas: Se necesitan recursos humanos sólidamente formados tanto en técnicas e instrumentos como en teorías y autonomía en la interrogación crítica, la formulación de objetos de investigación novedosos y el abordaje de estrategias de intervención profesional flexibles, creativas y sólidamente fundadas en esquemas de articulación teórico-prácticas. La eficacia de las tesis y trabajos finales de grado y posgrado se ha mostrado lo suficientemente elevada como para constituir hoy día un elemento necesario de los niveles terciario y cuaternario de formación universitaria en todo el mundo desarrollado y en vías de desarrollo. Del viejo énfasis en la formación de técnicos adaptados a las "tendencias actuales de la industria" tan en boga bajo el desarrollismo, se ha pasado en los últimos años a la formación de sujetos estratégicos de producción de conocimientos tanto en ciencias básicas como en tecnologías y en intervención profesional en instancias proyectuales. Ya no hay "tendencias actuales", pues todos los conocimientos y tecnologías se hallan en permanente transformación, acortándose su ciclo a niveles nunca vistos antes, intensificando los requerimientos de flexibilidad para responder a la demanda, en un contexto de mundialización, de aceleración y heterogeneización de la revolución científico-técnica, y desafíos de gobernabilidad no sólo en el campo de las políticas públicas, sino en el conjunto del andamiaje institucional desde el cual intervienen los profesionales en tanto sujetos del mundo del trabajo, de la producción y de la ciudadanía (Cfr. CEPAL; 1992). La organización misma de las empresas en escala microeconómica se ha revolucionado, requiriéndose una paradójica combinación de conocimiento especializado con manejo estratégico de los saberes básicos que permita reorientar dichos conocimientos en nuevas direcciones, una o más veces a lo largo de la vida activa de un profesional. Ello redimensiona aún más el valor de estas instancias de resolución autónoma de situaciones de delimitación autónoma de objetos de interrogación crítica y científica, y de intervención sobre los mismos. La formación de ciudadanía junto con la de profesionales con flexibilidad estratégica en la articulación de sus

saberes teórico-prácticos con sus entrenamientos específicos en la resolución de situaciones de intervención supone, además y complementariamente, capacidad de distanciamiento crítico no sólo respecto del objeto recortado, sino sobre las operaciones de recorte, pues si ha de formarse ciudadanos activos, flexibles y estratégicos como requerimiento general del sistema universitario, las intervenciones profesionales habrán de encuadrarse en procesos de distanciamiento crítico de las propias circunstancias del sujeto profesional y su articulación con el entorno sociohistórico por medio de la interrogación de los sujetos sociales y su objetivación en el proceso de construcción de una relación dinámica con el saber científico. No se trata sólo de controlar las posibles acciones destructivas del conocimiento libre por parte del aparato institucional, sino, con mayor énfasis aún, de poner en marcha mecanismos regulares de vigilancia epistemológica (Bourdieu, P.; 1988, 1990).

### Notas

<sup>1</sup> Hegel, G. W. F., 2000, *Lógica Breve* Parágrafo 104. En: Samaja, J.: 264.

<sup>2</sup> Para un diagnóstico y análisis exhaustivo de la situación de las universidades latinoamericanas en los últimos quince años, así como de aquellos impactos del ciclo neoliberal que han golpeado la estructura de su funcionamiento académico, sus objetivos razón de ser, su currículum y ofertas de grado y posgrado, Cfr. el excelente trabajo compilado por Marcela Mollis (2003): *Las universidades en América Latina*.

<sup>3</sup> En su conocido manual para tesis de grado (1986), afirma Sabino que en el caso de las tesis de pregrado y grado, "Sus características específicas dependen de lo que al respecto consideren conveniente los departamentos, cátedras y profesores", pues se trata de un trabajo menor, cuya denominación no es universalmente usada (en España se denomina así a trabajos que en Argentina son monografías internas de cátedra, en tanto que en Argentina tiende a asignarse el término genéricamente a los trabajos finales de grado, sean éstos pequeñas tesis, ensayos científicos, estados del arte, desarrollo proyectuales, etc. "Desde el punto de vista pedagógico cumplen el mismo papel que las llamadas monografías: conocer los conocimientos y habilidades metodológicas de los estudiantes respecto a determinada materia por medio de una disertación escrita que se propone a los mismos y que forma parte de su evaluación" (1986: 27). Una tesis, en cambio, es "un trabajo serio y bien meditado que sirve como conclusión a varios años de estudios, demostrando las aptitudes del aspirante en el campo de la investigación y dándole oportunidad a éste para realizar por sí solo una indagación significativa. Las tesis, por lo tanto, son trabajos científicos relativamente largos, rigurosos en su forma y contenido, originales y creativos. Estas características, sin embargo, sólo se dan plenamente en el caso de las tesis de máximo nivel, las que corresponden a los cursos de doctorado. En el caso de otros estudios de posgrado, la exigencia de originalidad puede atenuarse, y más aún en las tesis llamadas de pregrado o licenciatura, donde el rigor metodológico y la profundidad del trabajo suelen ser bastante menores (1986: 28).

<sup>4</sup> Para el caso de la formulación de la problemática del objeto de investigación abrevando en la genealogía teórica de la dialéctica, corriente desde las que trabaja, entre otros, el conocido epistemólogo y metodólogo argentino Juan Samaja, Cfr. Marx: Prólogo a *Contribución a la crítica de la economía política*, en (1974: 57-58 y 75. "Si comenzara, pues, por la población, tendría una representación caótica del conjunto y, precisando cada vez más llegaría analíticamente a conceptos cada vez más simples. Llegado a este punto, habría que reemprender el viaje de retorno, hasta dar de nuevo con la población, pero esta vez no tendría una representación caótica de un conjunto, sino una rica totalidad con múltiples determinaciones y relaciones. (...) Parece justo comenzar por lo real y lo concreto, por el supuesto efectivo (...) Sin embargo, si se examina con mayor atención, esto se revela falso

(...) Lo concreto es concreto porque es la síntesis de múltiples determinaciones, por lo tanto, unidad de lo diverso. Aparece en el pensamiento como proceso de síntesis, como resultado, no como punto de partida, y, en consecuencia, el punto de partida también de la intuición y de la representación".

### Bibliografía

Blalock, Hubert (1971). *Introducción a la Investigación Social*, Buenos Aires: Amorrortu Editores [1960].

Benedito Antoli, Vicens, y otros (1992). *La formación del profesorado universitario*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia de España.

Bourdieu, Pierre (1990). *Sociología y Cultura*. México: Ed. Grijalbo, [1984].

Bourdieu, Pierre (1988). *Cosas dichas*. Buenos Aires: Ed. Gedisa [1987].

Calello, Hugo y Neuhaus, Susana (1999). *Método y Antimétodo. Proceso y diseño de la investigación interdisciplinaria en Ciencias Humanas*. Buenos Aires: Colihue Universidad.

CEPAL / UNESCO (1992). *Educación y conocimiento: Eje de la transformación productiva con equidad*. Santiago de Chile: UNESCO.

Davis, Gordon y Parker, Clyde (1997). *Writing the Doctoral Dissertation*. New York: Ed Barron's [1979].

Dieterich, Heinz (1999). *Nueva guía para la investigación científica*. Buenos Aires: Editorial 21.

Duverger, Maurice (1972). *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel.

Eco, Umberto (1993). *Como se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*. Barcelona: Gedisa [1975].

Escolar, Cora (compiladora) (2000). *Topografías de la investigación*, Buenos Aires: Eudeba.

Foucault, Michel (1980). *El orden del discurso*. Barcelona: Ed. Tusquets.

Hernández Sampieri, R.; Fernández Carlos & Lucio, Pilar (1998). *Metodología de la investigación*. México: McGrawHill [1991].

Jitrik, Noé: "Los objetos culturales". En: *Syc*, N° 4. Buenos Aires: Mayo de 1993. "Del Orden de la Escritura". Idem, N° 6, agosto de 1995.

Kuhn, T.S. (1986). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Ed. Fondo de Cultura Económica [1962].

Mollis, Marcela, y otros (2003). *Las universidades en América Latina: ¿Reformadas o alteradas?* Buenos Aires: Ed. Clacso.

Moro, Javier: "Problemas de agenda y problemas de investigación". En: *ESCOLAR*, Cora (compiladora) (2000), *Topografías de la investigación*. Buenos Aires: Eudeba.

Ojeda, Alejandra (2004). "Las tesis de grado y las prácticas de taller". Buenos Aires: Cuadernos del Cecom.

Rojas Soriano, Raúl (1988). *Investigación social. Teoría y praxis*. México: Plaza y Valdés.

Samaja, Juan (1996). *Elementos para una tópic de las inferencias racionales*. Inédito.

Samaja, Juan (1993a). *El proceso de la ciencia. Una breve introducción a la investigación científica*. Buenos Aires: FADU - UBA.

Samaja, Juan A (1993b). *Epistemología y metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica*. Buenos Aires: Eudeba.

Samaja, Juan (2000). *Semiótica y dialéctica*. Buenos Aires: JVE ediciones.

Sabino, Carlos (1999). *Cómo hacer una tesis y elaborar todo tipo de escritos*. Buenos Aires, Ed. Lumen Humanitas.

Fecha de recepción:  
Marzo 2005  
Fecha de aceptación:  
Marzo 2005  
Versión final:  
Agosto 2005

# Trabajos Finales de Grado Cátalogo 1993-2004

## **Resumen / Trabajos Finales de Grado. Catálogo 1993-2004**

El catálogo reúne los Trabajos Finales de Grado de la Facultad de Diseño y Comunicación 1993-2004. Los Trabajos Finales son el último requisito académico de las Carreras de Diseño de Imagen Empresaria, Diseño de Imagen y Sonido, Diseño de Indumentaria y Textil, Diseño de Interiores, Diseño de Packaging, Diseño Editorial, Diseño Publicitario, Licenciatura en Comunicación Audiovisual, Licenciatura en Publicidad y Licenciatura en Relaciones Públicas. Son trabajos de indagación conceptual y/o exploratorios con un fuerte compromiso empírico. Los proyectos realizan aportes teóricos a la disciplinas desde problemáticas propias y contextuales del Diseño y las comunicaciones aplicadas en los ámbitos de las empresas, las instituciones y los organismos. Los trabajos realizan una integración teórica, analítica, diagnóstica y propositiva de la realidad y su tendencias.

### **Palabras clave**

Análisis - Comunicación - Comunicación Audiovisual - Diseño - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Indumentaria y Textil - Diseño de Interiores - Diseño de Packaging - Diseño Editorial - Educación Superior - enseñanza - graduados - Imagen Empresaria - instrumentos - modelos - Publicidad - Relaciones Públicas - Trabajo final de grado.

### **Summary / Final Thesis Works. 2004-March 2005 catalogue**

This catalogue gathers the Final Thesis Works from the School of Design and Communication presented during the period December 2004-March 2005. These Final Thesis are the last academic requirement for the degree on Corporate Design; Sound & Image Design; Fashion Design; Interiors Design; Packaging Design; Editorial Design; Advertising Design, MA in Audiovisual Communication; MA in Advertising and MA in Public Relations. These pieces of work require conceptual and/or exploratory investigation together with a strong empirical commitment. The projects introduce theoretical contributions to the disciplines from the own and contextual design and communication issues as applied to business, institutions and organisms. They display a theoretical, analytic, diagnostic and propositional integration of reality and its tendencies.

### **Key Words**

Advetising - Analysis - Audiovisual communication - Communication - Corporate Design - Design - Editorial - Fashion Design - Final Thesis Works - Graduateds - Instrument - Interiors Design - Models - Packaging Design - Public Relations - Sound & Image Design - Superior education - Teaching.

### **Resumo / Trabalhos Finais de Grau. Catálogo 1993-2004**

O catálogo reúne os Trabalhos Finais de Grau da Faculdade de Design e Comunicação 1993-2004. Os Trabalhos Finais são o último requisito acadêmico dos Cursos de Design de Imagem Empresária, Design Audiovisual, Design de Moda, Design de Interiores, Design de Packaging, Design Editorial, Design Publicitário, Licenciatura em Comunicação Audiovisual, Licenciatura em Publicidade e Licenciatura em Relações Públicas. São trabalhos de indagação de conceito e de exploração com um forte compromisso empírico. O projetos realizam contribuições teóricas às disciplinas desde problemáticas próprias e contextuais do design e as comunicações aplicadas nos âmbitos das empresas, as instituições e os organismos. Os trabalhos realizam uma integração teórica, analítica, diagnóstica e propositiva da realidade e suas tendências.

### **Palavras clave**

Análises - comunicação - Comunicação - Comunicação Audiovisual - Design - Design de Imagem e som - Design de Interiores - Design de Moda - Design de Packaging - Editorial - Educação Superior - Ensino - Graduados - Imagem Empresária - instrumentos - modelos - Publicidade - Relações Públicas - Trabalho final de grau.

Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, N° 19 (2005). pp 15-16. ISSN 1668-0227

## **Trabajos Finales de Grado. Proyectos de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo.**

El Proyecto de Graduación es un trabajo de integración con énfasis en la creatividad, producción proyectual o en la reflexión teórica, que permite al estudiante aprobar, como último requisito de su carrera de cuatro años, el Trabajo Final de Grado y así obtener el título respectivo. El valor del Proyecto de Graduación radica en ser el

último trabajo en el marco de la formación universitaria, es el cierre, la culminación, el enlace y al mismo tiempo la proyección del mismo como profesional. El Proyecto de Graduación representa la construcción de un modelo que manifiesta la capacidad del estudiante de demostrar su madurez universitaria y su capacidad de insertarse en el campo laboral, esto se lee en una clara elaboración del proceso y de los resultados obtenidos así como en una organizada presentación con calidad académica. El Proyecto de Graduación habla

de su autor, de sus capacidades de dedicación, de su madurez, del trayecto recorrido y también de cómo se ubica frente a su futuro profesional.

El estudiante del cuarto año tiene total responsabilidad sobre la elaboración de su Proyecto de Graduación, midiendo los tiempos, articulando sus ideas, madurando su recepción y vínculo con el entorno real e instalándose conscientemente en que se trata de su último trabajo académico y al mismo tiempo de su carta de presentación en su futuro profesional. El estudiante se sitúa en el constructor del puente que vincula el Proyecto de Graduación con la vida académica y profesional, de esta manera se establece como responsable de sus elecciones, de su proceso y de sus resultados.

En este sentido es un documento, que analizado por evaluadores (profesores, académicos y profesionales) testimonia el proceso del estudiante y expresa el estándar de calidad de la carrera y la Facultad en que el estudiante realizó su formación.

### ***Líneas del Proyecto de Graduación o proceso conceptual***

En el desarrollo de las carreras de Grado de la Facultad de Diseño y Comunicación las producciones creativas se acompañan de una intensa actividad de investigación proyectual. En este sentido, existe una matriz común en la elección de las líneas de desarrollo que se fundamenta en la interacción con el mundo real.

La sensibilidad del estudiante en el armado del Proyecto de Graduación demuestra cómo interpreta su propio tiempo, lee por anticipado el camino de la sociedad y de su marco profesional. Proyectar el futuro profesional en Diseño y Comunicación significa crear un producto final que se sustenta en la capacidad del proyecto de nacer en el presente y al mismo tiempo continuarse en el futuro.

### ***El Proyecto de Graduación como producto académico***

La plasmación del desarrollo del Proyecto de Graduación como producto académico sistemático y ordenado permite a su autor expresar su madurez

a través de la actitud crítica llevada a cabo en el desarrollo del mismo.

No se trata de un formalismo universitario, sino de la construcción del último producto académico de grado que manifiesta, representa y expresa a su autor como profesional universitario.

Los Proyectos de Graduación expresan y testimonian la formación de los estudiantes, son la base del sostén y mejoramiento del prestigio alcanzado por la Facultad de Diseño y Comunicación desde su creación. La consolidación de los estándares académicos y su permanente superación son objetivos fundamentales en la formación de los estudiantes. En esta estrategia la Facultad trabaja desde el inicio de las carreras en proyectos curriculares de investigación, integración de conocimientos, actividades de extensión, asistencia académica, publicaciones, creación de concursos, desarrollo de vínculos internacionales e incorporación permanente de profesionales en las actividades pedagógicas.

### ***Innovación***

El presente catálogo reúne todos los Trabajos Finales de Grado (Proyectos de Graduación) presentados y aprobados por los estudiantes de las carreras de grado de la Facultad de Diseño y Comunicación hasta el 31 de diciembre 2004.

La publicación N°19 de la Serie Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación organiza la recopilación de los Proyectos de Graduación permitiendo el acceso a los mismos por índices de autor, título y línea temática.

Las Líneas Temáticas, son campos de análisis, propuestos por el Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, vinculados al conjunto de las carreras de la Facultad, que orientan la realización de los proyectos de creación, producción e investigación de grado y posgrado.

Las Líneas Temáticas organizan, articulan y dinamizan el intercambio de enfoques y experiencias, que permiten enriquecer el análisis, ofrecer alternativas a la natural fragmentación de las asignaturas y formular transferencias entre las diferentes disciplinas de los campos del diseño y la comunicación. Las Líneas son: 1. Empresas, 2. Marcas, 3. Medios, 4. Nuevos Profesionales, 5. Nuevas Tecnologías, 6. Producción de Objetos e Imágenes.

**Trabajos Finales de Grado. Guía 1993-2004 por orden alfabético.****[ A ]**

1. Abal, Luciano (1999). **Club Atlético Boca Juniors: Identidad e Imagen.**  
Licenciado en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Institucional).  
Palabras clave: Club Boca Junior, identidad corporativa, identidad institucional, empresa, imagen institucional.
2. Abecasis, Bárbara (2003). **Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Píano S.A.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación interna).  
Palabras clave: Comunicación interna, flujo de información, identidad, motivación, recursos humanos.
3. Abraham, Pablo (1998). **Marketing de base de datos.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing de base de datos).  
Palabras clave: Base de datos, competitividad, consumo, creatividad, educación, estrategias de marketing directo, management, PyMEs, nuevas tecnologías.
4. Abramek, Karen (2002). **Estética y shopping.**  
Diseñadora de Imagen Empresaria.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Globalización).  
Palabras clave: Arte kitsch, clases sociales, globalización, espacios, no lugares, shopping.
5. Agasi, María Jimena (2004). **Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción para mejorar los efectos de la televisión.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Televisión).  
Palabras clave: Televisión, penetración, escuela clásica, escuela de Frankfurt, funcionalismo, efecto socializador, hiperestimulación, mensaje subliminal, mito, teledependencia, educación.
6. Agotegaray, Soledad (1999). **Posible deterioro de la imagen.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Institucional).  
Palabras clave: Audiencias, comunicación, derechos humanos, desaparecidos, imagen institucional, proceso de reorganización nacional, Publicidad, Somisa / Siderar.
7. Alaniz Gatiús, Pamela (2003). **Imagen corporativa en locales comerciales.**  
Diseñadora de Interiores.  
Línea: Espacios / Objetos / Imágenes (Imagen corporativa).  
Palabras clave: Diseño, imagen corporativa, locales comerciales, locales internacionales, marca.
8. Albano, Erica Melina (2003). **El lenguaje a través de la indumentaria laboral.**  
Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Objeto / Espacios / Imágenes (Imagen Corporativa).  
Palabras clave: Comunicación, identidad e imagen institucional, imagen corporativa, indumentaria laboral, semiosis institucional, semiótica del vestir.
9. Albónico, Marcelo Alberto (2000). **Cambios en las comunicaciones. Relaciones Públicas.**  
Licenciado en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicaciones).  
Palabras clave: Comunicación social, comunicaciones, nuevas tecnologías, opinión pública, Relaciones Públicas.
10. Albuixech, Cecilia (2002). **La importancia de la imagen pública.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Opinión Pública).  
Palabras clave: Agenda setting, opinión pública, sondeos de opinión.
11. Alcaraz, Alicia Soledad (2003). **Marketing de base de datos.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Relaciones Públicas).  
Palabras clave: Código de Atenas, código de ética, Comunicación, creatividad, ética, paradoja, percepción.
12. Ale, Carla Daniela (2002). **Las vidrieras y su falta de diseño.**  
Diseñadora de Interiores.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Promociones).  
Palabras clave: Consumo, Diseño, estética, ética, maniqués, marketing, moda, promociones, Publicidad, vidrieras.
13. Alfonsín, María Laura (2002). **Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Turístico).  
Palabras clave: Agencias de turismo, ferias, marketing turístico, mercado americano, organización de eventos, Relaciones Públicas, tarifas diferenciadas, turis-

mo aventura, turismo cultural, turismo ecológico, turismo extranjero, turismo virtual.

14. Alfonso, Alejandra Marcela (2003). **Celebrity Shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Publicidad).

Palabras clave: Calzado deportivo, comunicación publicitaria, imagen fotográfica, marcas, marketing, piezas gráficas, protagonistas, Publicidad.

15. Almejún, Marcelo (1997). **Jingle Bells.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Música publicitaria).

Palabras clave: Agencias, clientes, jingle, marcas cantadas, medición, mensajes pautados, música adaptada, música por encargo, música publicitaria, nuevas tecnologías, plagio, productoras musicales, radio, slogans cantados.

16. Alonso, Andrea (2003). **Vivienda inteligente vs. vivienda ecológica.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Nuevas Tecnologías (Viviendas).

Palabras clave: Automatización, espacios inteligentes, tecnologías, vida cotidiana, vivienda ecológica.

17. Alsina, Florencia (2001). **Medios y globalización.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Globalización).

Palabras clave: Creatividad, globalización, medios, planeamiento.

18. Altounián, Daniel Ricardo (2002). **Responsabilidad social de las empresas argentinas.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevos Profesionales (Marketing Filantrópico).

Palabras clave: Filantropía corporativa, fundrasing, marketing filantrópico, orígenes y evolución de las Relaciones Públicas, public affairs, relaciones con la comunidad, tercer sector.

19. Álvarez, María Eva (2003). **Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Décadas de los '70 y '90, discurso publicitario, estereotipo femenino, Publicidad, televisión.

20. Álvarez, Marina Luz (1995). **¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Consumo, cultura, jóvenes, mercadotecnia, motivación, percepción subliminal, producto.

21. Álvarez, Pablo Mario (2003). **El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Patrocinio deportivo).

Palabras clave: Audiencia, auspicio, automovilismo nacional, endoso, escenario, mecenazgo, medios de comunicación, mensaje, patrocinio, Publicidad.

22. Álvarez del Valle, Eugenia (1998). **Los sentimientos en la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Comunicación, consumo, cultura, discurso publicitario, emociones, estado, fenómeno, cultural, mercado, moral, regulación normativa, sentimientos.

23. Alzugaray, Julia (2003). **El deporte y la moda.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Nuevos Profesionales (Moda deportiva).

Palabras clave: Clases sociales, deportes, estilo, marcas, moda, negocio, recreación, tejidos inteligentes, tendencias.

24. Amigo, Agustina (2003). **Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino hacia el desarrollo sustentable.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Comportamiento social, cooperación, medios masivos de comunicación, ONG's, opinión, pública, planificación estratégica, solidaridad.

25. Amran, Lorena (2004). **La publicidad no tradicional en el cine.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad no tradicional).

Palabras clave: Cine, publicidad no tradicional, tandas, nuevos medios, recuerdo, percepción, espectador, film.

26. Andrés, Marianela (2003). **Mc Donald's: Comunicación interna.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación interna).

Palabras clave: Comunicación interna, flujo de información, identidad, motivación, recursos humanos.

27. Angiorama, Carolina (2002). **Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso: Repsol-YPF**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Corporativa).

Palabras clave: Competencia, comunicación institucional, fusiones y adquisiciones, imagen corporativa, medio Ambiente, mercado petrolero.

28. Annan, María Florencia (2002). **Cada edificio, una idea.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Espacios / Objetos / Imágenes (Oficinas).

Palabras clave: Diseño de interiores, espacio de trabajo, imagen corporativa, oficinas temporarias.

29. Apesteguía, María Alejandra (2004). **El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevos Profesionales (Comunicación Interna).

Palabras clave: Capacitación, e-learning, motivación, programa de capacitación, cursos.

30. Aprile, Romina (2002). **Publicultura. La Publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso publicitario).  
Palabras clave: Adolescencia, consumo, cultura, discurso publicitario, identidad, marcas, medios de comunicación, publicultura.
31. Aranda, Juan F. (2002). **¿Políticos creativos o creativos políticos?**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing político).  
Palabras clave: Creatividad, estrategia, marketing político, propaganda.
32. Aranovich, Silvina D. (2002). **Fundraising.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Fundraising).  
Palabras clave: Campañas de bien público, fidelización de marca, fundraising, marketing directo, medios de comunicación, ONG's, Propaganda, Publicidad, target, ACNUR, AMIA, CARTAS.
33. Arcusin, Laura Mariana (2002). **¡Si no lo viste, perdiste! La Publicidad audiovisual de los '90.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Comunicación Audiovisual).  
Palabras clave: Comunicación audiovisual, juventud, semiótica audiovisual, target group, tendencias creativas, videoclips.
34. Argento, Ricardo (1996). **Megaproductos.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Institucional).  
Palabras clave: Comportamiento, comunicación institucional, creatividad, identidad corporativa, identidad de marca, identidad de respaldo, imagen empresaria, marketing, servicios.
35. Arias, Leticia (2002). **PET, pasado, presente y futuro.**  
Diseñadora de Packaging.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Packaging).  
Palabras clave: Consumo, fabricantes, medio ambiente, mercado, reciclado, packaging, resina.
36. Armiñán Boccoardo, Carolina (2002). **Bodegas Gian-dinotto.**  
Diseñadora de Packaging.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Corporativa).  
Palabras clave: Bodegas, identidad corporativa, manual de normas, marca, marketing estratégico, producto, vendimia, vitivinicultura.
37. Arnau, Lorena (1999). **Baby Marketing.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing infantil).  
Palabras clave: Consumo, educación, familia, juguetes, marketing, niños, promociones, Publicidad, segmentación, televisión, TV cables infantiles.
38. Arriola, Mariano Damián (2004). **Imagen.**  
Diseñador Gráfico.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Imágenes).  
Palabras clave: Imagen, mito, código, imágenes especulares, imágenes cónicas, fotografía, foto / arte, trucaje, fotomontaje, imagen digital, Rollings Stone.
39. Arroyo, Mauro. **Revalorizar la Publicidad.** Licenciado en Publicidad (2002).  
Línea: Medios (Creatividad).  
Palabras clave: Belleza, conocimiento, creatividad, estética, Publicidad, vida cotidiana.
40. Aubone, Adrián José (2003). **Western Spaghetti - Guión.**  
Diseñador de Imagen y Sonido.  
Línea: Medios (Guión).  
Palabras clave: Eurowesterns, géneros cinematográficos, guión, locaciones, productores cinematográficos, westerns.
41. Audisio, Patricia (2004). **Escondidos detrás del anonimato.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Internet).  
Palabras clave: Usuario, red, virtual, bricks & mortar, cybercreatividad, costo por click, banner, pop up.
42. Avalle, Laura (2004). **Narrativa Interactiva. ¿Cómo narrar en un medio interactivo?**  
Diseñadora de Imagen y Sonido.  
Línea: Nuevas tecnologías (Medios).  
Palabras clave: Narrativa, narrativa lineal, narrativa interactiva, interactividad, entornos digitales, multimedia, hipertexto, hipermedia, juegos.
43. Avati, Daniela (2002). **Los medios de comunicación como grupos de presión.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Opinión Pública).  
Palabras clave: Comunicación política, opinión pública, Publicidad, poder, propaganda.
- [ B ]
44. Badías, Patricia (2000). **La imagen como motivadora de participación empresaria.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (ONG's).  
Palabras clave: Comunicación, donaciones, ética, filantropía empresaria, imágenes, ONG's, tercer sector.
45. Bagur, Nazareth (2002). **Imagen vs. moda.**  
Diseñador de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Medios (Imagen).  
Palabras clave: Comportamiento del consumidor, cuerpo, cultura de la imagen, cultura light, imagen corporal, imaginario colectivo, masas, medios de comunicación, modelos estéticos, Publicidad.



46. Baik, Alejandro Hyun Chul (2003). **La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.**

Diseñador de Indumentaria y Textil (Modas).  
 Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Moda).  
 Palabras clave: Cultura, imagen corporal, ciencia ficción, cine, oriente, indumentaria, medios de comunicación, moda.

47. Balbinot, Gabriel (2002). **Como tal... La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.**

Licenciado en Publicidad.  
 Línea: Medios (Discurso publicitario).  
 Palabras clave: Comunicación, discurso publicitario, juventud, moda, Publicidad.

48. Ballestrero, Luciana Paula (2003). **Vestuario teatral en la ópera.**

Diseñadora Textil de Indumentaria.  
 Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Vestuario Teatral).  
 Palabras clave: Comunicación, género operístico, vestuario teatral.

49. Balza, Santiago Javier (2003). **El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.**

Licenciado en Relaciones Públicas.  
 Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Institucional).  
 Palabras clave: Acciones comunicacionales, campaña publicitaria, crisis institucional, cultura corporativa, discurso social, nueva identidad, organización de eventos, públicos internos y externos, Relaciones Públicas, reposicionamiento institucional.

50. Barabani, Federico (2002). **Kioscomanía.**

Licenciado en Publicidad.  
 Línea: Medios (Consumo infantil).  
 Palabras clave: Consumo infantil, discurso publicitario, distribuidores, golosinas, marcas, mercado de golosinas, productos, psicología infantil, Publicidad.

51. Bardini, Martín (2003). **Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.**

Licenciado en Publicidad.  
 Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Consumo).  
 Palabras clave: Consumo, cultura, globalización, marca, Publicidad, significación, simbolismo, transnacionalización, Bazooka.

52. Bari, Laura (2003). **Los caminos de la creatividad.**

Licenciada en Publicidad.  
 Línea: Medios (Creatividad).  
 Palabras clave: Bloqueo creativo, creatividad, creatividad maquiavélica, ego, el ser creativo, originalidad, persuasión.

53. Barone, Mariana (2000). **El mundo de las figuras retóricas.**

Licenciada en Publicidad.  
 Línea: Medios (Discurso publicitario).  
 Palabras clave: Discurso publicitario, figura retórica,

fotografía publicitaria, lenguaje publicitario, publicidad, retórica, semiótica.

54. Barrancos, Martín H. (1997). **Diario Panorama Semanal.**

Diseñador Editorial.  
 Línea: Medios (Editorial).  
 Palabras clave: Clientes, comunicación, diseño, editorial, marca, producto.

55. Barreiro, María Leonor (2002). **Diseño editorial y cultura joven.**

Diseñadora Editorial.  
 Línea: Medios (Editorial).  
 Palabras clave: Comunicación, comunicación de masas, cultura, diseño gráfico, editorial, juventud, moda, subcultura, Revista Wipe.

56. Basaldúa, María Agustina (2004). **El manejo de la comunicación en la guerra de Irak.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
 Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicaciones).  
 Palabras clave: Ideología, guerra, contenido de la información, información falsa, escrita, visual, opinión pública.

57. Bello, Susana (2002). **La expansión de la micro-empresa en Argentina.**

Licenciado en Relaciones Públicas.  
 Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Microempresas).  
 Palabras clave: Capacitación corporativa, desocupación, fábricas sociales, microemprendedor, microempresas, pobreza, quiebra, tercer sector, trueque.

58. Benítez, Celeste (2002). **La responsabilidad social.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
 Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Corporativa).  
 Palabras clave: Comunicación, desarrollo sustentable, ética, globalización, identidad corporativa, marca, medio ambiente, Publicidad institucional, Relaciones Públicas, responsabilidad social empresaria.

59. Benítez Freire, Goldine (2002). **La mujer en el ámbito laboral.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
 Línea: Nuevos Profesionales (Empresas).  
 Palabras clave: Comunicación organizacional, discurso feminista, empresas, estereotipos femeninos, feminismo, imagen, inserción laboral, liderazgo, motivación, psicología institucional.

60. Berardi, Catalina (2002). **Moda y psicología.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).  
 Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).  
 Palabras clave: Adolescencia, consumo, cultura, shopping, indumentaria, medios de comunicación, Personalidad.

61. Beswick, Patricia Elizabeth (2003). **Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Discapacidad).  
Palabras clave: Barreras arquitectónicas, discapacidad, diseño universal, entornos accesibles, mercado argentino, proyecto integral.

62. Bezzi, Fernanda (2000). **Mediación del profesional de Relaciones Públicas en los programas de capacitación gerencial.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Nuevos Profesionales (Management).  
Palabras clave: Ambiente empresarial, ambiente laboral, aprendizaje, capacitación empresarial, capacitación, laboral, cultura organizacional, liderazgo, management.

63. Bidegain, Lorena (2002). **Envasando paradigmas. El Packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.**

Diseñadora de Packaging.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).  
Palabras clave: Alimentación, consumo, envases, imaginario social, mercado externo, paradigma, packaging.

64. Biestro, María Laura (2002). **La programación neurolingüística y barreras en la comunicación interna.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Nuevos Profesionales (Comunicación interna).  
Palabras clave: Comunicación, comunicación interna, comunicación no verbal, mapas mentales, Programación Neurolingüística, sistemas representacionales, Marcas: Daimler Chrysler / Mercedes Benz / Mundo Mágico / Nike.

65. Bignoli, Laura (2004). **Responsabilidad Social Empresaria.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Responsabilidad Social Empresaria).  
Palabras clave: Pacto global, responsabilidad social, inteligencia social, ética empresarial, filantropía, mecenazgo, voluntariado, marketing social, imagen.

66. Birolo, María Belén (2002). **Color e imagen en los envases Tetra Brick Aseptic.**

Diseñadora de Packaging.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).  
Palabras clave: Bebidas, color, consumo, diseño, imagen, mercados, nuevas tecnologías, packaging, productos, tetra brik.

67. Blanco, Lilian (2002). **Fusiones y Adquisiciones.**

Licenciado en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Estrategias).  
Palabras clave: Comunicación, conflicto positivo, cultura corporativa, diversidad, estrategias, fusiones y adquisiciones, globalización, integración, valor agregado, worldcom, Chevron-Texaco, Infocom, Pintor S.A., Synergon, Tia S.A.

68. Blanco, Marina (2002). **La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing filantrópico).  
Palabras clave: Acción ambiental, comunicación institucional, marco legal, marketing filantrópico, mecenazgo, medio ambiente, patrocinio, patrocinio empresarial, Máxima, Nike, Premios Eikon, Unifon.

69. Boeris, Gimena (2004). **La nueva comunicación política.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Política).  
Palabras clave: Asesor, marketing político, responsabilidad, campaña, estrategia electoral, medios, opinión pública, electorado.

70. Boero, Agustín (2003). **Animación digital, la fábrica de sueños en casa.**

Diseñador de Imagen y Sonido.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Animación digital).  
Palabras clave: Animación, animación digital, animación tridimensional, comunidades virtuales, efectos especiales, era digital, 3D.

71. Boeykens, Paula (2004). **El pensamiento estratégico dentro de la empresa.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Estrategias).  
Palabras clave: Táctica, estrategia, cultura, management, liderazgo, recursos humanos, equipo, alianzas, segmentación.

72. Bogunovich, Georgina (2002). **El nuevo rol social de la Publicidad como forma de comunicación.**

Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Publicidad).  
Palabras clave: Consumo, estrategias publicitarias, Publicidad y comunicación, publicidad y negocio, rol social.

73. Bohtlingk, Agustina (2004). **Binocular. Proyecto Editorial.**

Diseñadora Editorial.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Editorial).  
Palabras clave: Cálculo de costos, editorial, estilo, estrategias de marketing, marca, marketing, prensa, producción gráfica.

74. Bonadeo, Martín (1998). **La fidelidad de las marcas.**

Licenciado en Publicidad.  
Línea: Marcas (Fidelización).  
Palabras clave: Agencias de Publicidad, clientes, comercialización, consumidores, fidelización, franquicias, Mercado, producto, promociones, psicología del consumidor, servicios, Coca-Cola, Jockey, Marlboro, Pepsi.

75. Bongarrá, Carolina (1997). **Mercosur Publicitario.**

Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Mercosur).  
Palabras clave: Acuerdos, alianzas entre medios, competencia, empresas, globalización, integración, de agencias, Internet, normas legales, Publicidad.

76. Bonora, Gabriela (2003). **No hay mal que dure cien años. Pero remedios, sí. Caso: Bayer, Bayaspirina / Cafiaspirina.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Marcas (Comunicación).  
Palabras clave: Aspirina, consumo, crecimiento, ética, opinión pública, Publicidad, segmentación.
77. Bottarini, Ariadna (2003). **Realidad vs. Virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.**  
Diseñadora de Packaging.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Packaging).  
Palabras clave: Comunicación, consumo, ecología, e-commerce, medio ambiente, mercado, packaging.
78. Bouvet, Francisco Antonio (2003). **Los animales & la Publicidad.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Televisión).  
Palabras clave: Comerciales televisivos, eventos deportivos, mascotas, Mundiales, naturaleza, Olimpiadas.
79. Bozzalla, Analía (2003). **La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Planificación).  
Palabras clave: Estadística descriptiva, parámetros cualitativos y cuantitativos, planificación de campañas, tablas y gráficos, teoría de la probabilidad.
80. Bradford, Daniel Ángel (2004). **Tercerización internacional de proyectos para Internet desde la Argentina.**  
Diseñador de Imagen y Sonido.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).  
Palabras clave: Informática, outsourcing, offshoring, neashoring, viabilidad tecnológica, corporación virtual, teletrabajo, telecomunicación, wan, lan, intranet, seguridad, diseño.
81. Braier, Paola (1999). **Promociones en Internet.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).  
Palabras clave: Comunicaciones, Internet, nuevas tecnologías, promociones, promociones en Internet, promociones interactivas.
82. Bricchetti, Eliana (2002). **Utilización de un software en planificación de medios.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Nuevas tecnologías (Medios).  
Palabras clave: Anunciantes, creatividad, medios, planificación de medios, software de medios.
83. Brocca, Mariela Leonor (2000). **Publicidad no tradicional. Innovación constante.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (PNT).  
Palabras clave: Publicidad, televisión, PNT, placas, product placement, promociones, video wall, Pol-Ka.
84. Bronzini, Karina (2000). **Comunicación alternativa. Benetton - Toscani.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Fotografía).  
Palabras clave: Arte conceptual, campañas Benetton-Toscani, carteles, consumo, creatividad, cultura de la imagen, fotografía publicitaria, identificación visual, marca, marketing, posmodernidad, vanguardias artísticas, vía pública.
85. Brüel, Victoria (2002). **Creatividad e innovación en la estrategia de medios.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Creatividad).  
Palabras clave: Creatividad, estrategia de medios, profesional de medios, pauta.
86. Bugnone, María Victoria (2000). **Creación de un nuevo producto.**  
Diseñadora de Packaging.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).  
Palabras clave: Diseño, industria láctea, marca, packaging, producto, quesos.
87. Burnet, Carolina (2003). **Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado español.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing).  
Palabras clave: Cepas, comunicación, consumo, estrategias, legislación, marketing, precio, uva, vino.
88. Buschiazzo, María Sol (2002). **Electro Urbe. Cultura Electrónica.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Música publicitaria electrónica).  
Palabras clave: Cultura electrónica, juventud, medios de comunicación, música electrónica, nicho electrónico, Publicidad electrónica, tribu electrónica, tribus urbanas.
89. Bustillo, Pía M. (2003). **Mercado grande. Consumidores chicos.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Consumo infantil).  
Palabras clave: Consumidor, marketing infantil, medios de comunicación, niñez, target primario.
90. Bustos Fernández, Percy O. (2000). **Identidad sonora.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Sonido).  
Palabras clave: Aculogía, acusomática, audioíconos, audiosímbolo, comunicación corporativa, identidad sonora, semiótica, sonido, teoría del sonido.

## [ C ]

91. Caba, Karina (2000). **Las PyMEs y la Publicidad.** Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Publicidad).  
Palabras clave: Anunciantes, audiencia, empresa familiar, estrategias, franchising, Publicidad, público, PyMEs.
92. Cabezón, Gustavo (1997). **El bien y el mal.** Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Imágenes).  
Palabras clave: Audiencia, campañas de bien público, comunicación, creatividad, Estado, estrategia, imágenes, premios, segmentación de mercados, sociedad, solidaridad.
93. Cáceres, Claudia (2004). **La imagen de Argentina.** Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Marcas (Marca País).  
Palabras clave: Comunicación, imagen, percepción, partidos políticos, privatizaciones, corrupción, evasión impositiva, medios de comunicación, imagen marca país.
94. Cadile, María Laura (1999). **Las fronteras de la creatividad.** Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Creatividad).  
Palabras clave: Agencias de publicidad, comunicación, creatividad, Publicidad, recursos humanos.
95. Cali, Daniela (2003). **La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - Hoteles cinco estrellas.** Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Comunicación Interna).  
Palabras clave: Comunicación interna, estrategias, conflicto, organigrama, hotelería, retroalimentación, comunicación no verbal.
96. Callari, Marta (2004). **Cine independiente argentino de los '90.** Licenciada en Comunicación Audiovisual.  
Línea: Medios (Cine).  
Palabras clave: Cine, emergentes, cine comercial, cine independiente, festivales, legislación, corrientes estéticas.
97. Calvani, Pablo (2003). **La otra Publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.** Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso publicitario).  
Palabras clave: Estereotipos, humanismo, medios masivos de comunicación, minorías publicitarias, nuevas tendencias publicitarias, posmodernidad, publicidad tradicional.
98. Camozzi, Alejandro (1999). **Eventos promocionales en períodos de vacaciones.** Licenciado en Publicidad.  
Línea: Empresa / Organizaciones / Instituciones (Marketing Promocional).  
Palabras clave: Comunicaciones integradas, consumidor, marcas, marketing masivo, marketing promocional, técnicas de promoción.
99. Campana, Carlos Federico (2001). **El rumor: Un anónimo con nombre y apellido.** Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación interna, noticias, participación política, privación de la información, rumor, rumor político.
100. Camplone, Leonardo (2001). **La imagen digital.** Licenciado en Publicidad.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Imagen digital).  
Palabras clave: Arte digital, herramientas para la digitalización, imagen digital, soportes periféricos.
101. Campodónico, Analia (2003). **Las Relaciones Públicas y su relación con la industria hotelera internacional.** Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Turismo).  
Palabras clave: Comunicación interna, comunicación organizacional, organización hotelera, servicios al cliente, turismo.
102. Capitini, María Fernanda (1999). **Dame "Mass" Rock.** Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Comunicación Masiva).  
Palabras clave: Bandas de rock, comunicación masiva, consumo cultural, ideología, industria fonográfica, juventud y rock, medios masivos de comunicación, modelos, posmodernidad, tribus urbanas.
103. Capria, María Cecilia (2003). **Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.** Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Marketing Farmacéutico).  
Palabras clave: Clientes, competidores, comunicación institucional, estrategias de MKF, industria farmacéutica, marketing farmacéutico, marketing mix, proveedores, Relaciones Públicas.
104. Carbajo, Carolina (2003). **La sponsorización en el tenis.** Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Consumo).  
Palabras clave: Comunicación, consumo, deporte, estrategias de marketing, marcas, medios de comunicación, sponsorización.
105. Carballo, Karina (2002). **Los objetivos que persigue la filantropía corporativa.** Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Filantrópico).  
Palabras clave: Campañas sociales, estado benefactor,

marketing filantrópico, mecenazgo, patrocinio, Relaciones Públicas, responsabilidad social, tercer sector.

106. Cárcamo, Mario Gabriel (2004). **Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la Publicidad argentina.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Música publicitaria).

Palabras clave: Sonido, comerciales, voces, pro tools, sound desing, jingles.

107. Cardoso Cis, María Josefina (2004). **Percepción y Diseño de Interiores.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos, Espacios e Imágenes (Percepción).

Palabras clave: Proceso cognitivo, lenguaje visual, creatividad, diseñador de interiores, identidad, cultura.

108. Carlesi, Ana Eugenia (1997). **Cava del director, vinos varietales.**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Comunicación, estrategias de marketing, imagen de marca, manual corporativo, marcas, marketing, packaging.

109. Carlesso, Ricardo J. (2002). **Las Relaciones Públicas empresariales en Argentina.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Comunicación empresarial, corporate, crisis, estrategias, ética empresarial, identidad corporativa, imagen corporativa, opinión pública, Relaciones Públicas.

110. Carletti, Fabiana (1997). **Diario La Puerta.**

Diseñadora Editorial.

Línea: Medios (Editorial).

Palabras clave: Cliente, comunicación, cultura, diseño, editorial, marca, marketing, producto, tecnología editorial.

111. Carluccio, María Victoria (2004). **Ética en las Relaciones Públicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Comunicación, ética, normativas, estrategias, ética empresarial, identidad corporativa, imagen corporativa, opinión pública, Relaciones Públicas.

112. Carra, José Federico (2000). **Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.**

Diseñador Editorial.

Línea: Nuevas Tecnologías (Soportes Digitales).

Palabras clave: Comunicación, comunidades virtuales, diseño post TV, e-book, educación, Internet, medios de comunicación, moda, multimedia, negocio, realidad virtual, soportes de comunicación, soportes digitales, transistor, virtualización.

113. Carrizo, Fabiana M. (2003). **El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Cine).

Palabras clave: Cine, cine argentino, crisis política, dictadura, distribuidoras cinematográficas, identidad nacional, política cultural, productoras cinematográficas, público consumidor.

114. Carrizo Guglielmino, María Pía (2002). **Relaciones museísticas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, consumo, imagen, mercado cultural, museos, opinión pública, Relaciones Públicas, servicios al cliente.

115. Casado, María Belén (2004). **Sinergia en la Iglesia Católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la Iglesia Católica.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación institucional).

Palabras clave: Religión, católica, abusos sexuales, natalidad, divorcio, aborto, misión, enseñanzas, doctrina, filosofía corporativa, cultura, fieles, líderes de opinión.

116. Casal, María Alejandra (2000). **Los patterns locales en el Mercosur.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Patterns).

Palabras clave: Consumo, estrategias de comunicación, globalización, legislación, Mercosur, patterns.

117. Caserta, Gabriela (1999). **El Oeste. Semanario de Caseros.**

Diseñadora Editorial.

Línea: Medios (Editorial).

Palabras clave: Cálculo de costos, editorial, estilo, estrategias de marketing, marca, marketing, prensa, producción gráfica.

118. Casimiro, María Mercedes (2003). **Política y Relaciones Públicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Imagen).

Palabras clave: Electorado, imagen, imagen política, liderazgo político, política.

119. Castelletti, Vanina (2003). **El mundial de las marcas.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Comunicación).

Palabras clave: Campañas publicitarias, medios de comunicación, mundial de fútbol, sponsorización.

120. Castillo, Mariana (2002). **La onda shopping. Consumo de jóvenes.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).

Palabras clave: Comunicación, consumo, entreti-

miento, globalización, juventud, megaespacio, moda, no lugar, promociones, servicios, shopping, sinergia estratégica, tenant-mix, tribus urbanas.

121. Cattani, Pablo Javier (2003). **Culto a falsos dioses. Los ídolos de la televisión.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Actores, auspicios, cantantes, comerciales televisivos, conductores, ídolos, músicos, publicidad no tradicional, sponsoring.

122. Cavalli, Constanza (1997).  **Holding de medios en la Argentina.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, cuarto poder, holdings, legislación internacional, legislación de medios en Argentina, manipulación de Medios, Grupo Atlántida, Grupo Clarín, Multimédios América.

123. Cavalli, Diego Ezequiel (1998). **La comunicación institucional en las empresas.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Institucional).

Palabras clave: Agencias de publicidad, comunicación estratégica, comunicación global, comunicación institucional, discurso institucional, identidad, opinión pública.

124. Centanaro, Martín Alejandro (1999). **Las Relaciones Públicas en las PyMEs.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas (PyMEs).

Palabras clave: Competencia, comunicación, consultorías de Relaciones Públicas, PyMEs, Relaciones Públicas.

125. Cerutti, Paula (2000). **La mutación de los cuerpos.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Moda).

Palabras clave: Anorexia, bulimia, conductismo, creatividad, cuerpo, estética, ética, ideal estético, identidad personal, materialismo, moda, Publicidad, trastornos del comportamiento.

126. César, Joaquín (1999). **La hegemonía de las tres "P".**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Cultura, discurso publicitario, globalización, individualismo, marketing, mass-media, modernidad, posmodernidad, Publicidad.

127. Cevasco, Pablo Javier (2001). **Renderizando la comunicación.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Televisión).

Palabras clave: Agencias de publicidad, animación, audiencia, comunicación audiovisual, digitalización, 3D, televisión.

128. Chang, Han Ni (2004). **El loft aplicado a la vivienda en el siglo XX-XXI, en Buenos Aires.**

Diseñador de Interiores.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Construcción, arquitectura, lofts, reciclaje, tipología, viviendas tradicionales.

129. Charra, Claudina (2004). **Niños dentro del discurso publicitario.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Infancia, discurso, medios, Publicidad, avisos, cultura.

130. Chico Giusti, María Carolina (1999). **Relaciones Públicas y bien público.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Imágenes).

Palabras clave: Campañas de bien público, imágenes, marketing filantrópico, medios de comunicación.

131. Chiera, Christian Javier (2001). **Análisis comparativo entre la Publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Análisis Comparativo).

Palabras clave: Análisis comparativo, comunicaciones, marketing, medios, promociones, publicidad, técnicas de promoción, Telecom, Telefónica.

132. Cho, Young Hyon (2004). **Estampados del siglo XX. Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.**

Diseñador de Indumentaria y Textil (Moda).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Estampados).

Palabras clave: Estampados, módulo, submódulo, supermódulo, estructuras, enrejado, radiación, gradación, enrejado.

133. Churba, Romina (2001). **La comunicación corporativa en el rubro óptico.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Corporativa).

Palabras clave: Comunicación corporativa, comunicaciones integradas, consumo, mercado, Vission Express.

134. Ciccone, Lara (1999). **¡Yo también!**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Adolescencia, cultura, consumo, identidad, moda, Publicidad, programación para adolescentes.

135. Clarich, María Fernanda (2003). **Los lofts en Buenos Aires.**

Diseñador de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Lofts).

Palabras clave: Construcción, fenómeno arquitectónico, lofts, reciclaje, tipología, viviendas tradicionales.

136. Clavier Grüber, María Jeannette (1997). **La marca como identidad comparativa - Proyecto editorial.**

Diseñadora Gráfico.

Línea: Marcas (Identidad).

Palabras clave: Comunicación corporativa, imagen corporativa, marca, identidad, editorial.

137. Clavier Grüber, María Milagros (1998). **Mercosur**. Licenciado en Publicidad. Línea: Medios (Mercosur). Palabras clave: Campañas de información, comunicación corporativa, imagen corporativa, Mercosur, opinión pública, Unión Europea.
138. Cleiman Can, Gastón (2002). **Por qué y cómo el sonido comunica**. Licenciado en Publicidad. Línea: Medios (Sonidos). Palabras clave: Imagen, recursos sonoros, retórica, sinestesia, sonido, spot Televisivo, transensorialidad.
139. Clementti, Priscila (2002). **Publicidad: el simulacro**. Licenciada en Publicidad. Línea: Medios (Discurso Publicitario). Palabras clave: Audiencia, consumo, discurso publicitario, mensaje publicitario, Publicidad, publicidad televisiva, televisión.
140. Colell, Ingrid (2003). **La cerveza y su envase**. Diseñadora de Packaging. Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Packaging). Palabras clave: Catación, degustación, envases, packaging, PET, reciclado.
141. Colli, Cecilia (2001). **La comunicación al servicio de las buenas causas**. Licenciada en Relaciones Públicas. Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Filantrópico). Palabras clave: Filantropía, imagen de empresa, marketing comunicacional, marketing filantrópico, valores éticos.
142. Colzani, Georgina (2002). **Gracias al humor. Remedio chino infalible**. Licenciada en Publicidad. Línea: Medios (Discurso Publicitario). Palabras clave: Censura, comicidad, discurso publicitario, humor, recurso publicitario, Audi, Skip, Telecom.
143. Conti Gómez, María Teresa (2002). **El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?** Licenciado en Publicidad. Línea: Medios (Imagen). Palabras clave: Cuerpo, discurso publicitario, erotismo, feminismo, imagen, indumentaria, jean, juventud, masividad, mensaje publicitario, mercado argentino, mercado USA, moda, semiótica, sexualidad.
144. Coppari, Eliana (1999). **La Ribera. Un Nuevo Semanario**. Diseñadora Editorial. Línea: Medios (Editorial). Palabras clave: Contenidos, datos geográficos, diseño editorial, estilo gráfico, marca, prensa local, prensa regional, tipografías.
145. Coppari, Sabrina (2001). **La segmentación de los medios gráficos**. Diseñadora Editorial. Línea: Medios (Editorial). Palabras clave: Comunicaciones integradas, diagramación, editorial, globalización, Marketing, suplementos editoriales, técnicas de marketing.
146. Coppola, Patricia (2004). **Made in Argentina para nosotros y para el mundo**. Licenciado en Publicidad. Línea: Marcas (Identidad). Palabras clave: Imagen, marca país, Argentina, cultura, productos, exportación.
147. Córdoba, Natalia (2002). **Tecnología sobre nieve**. Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas). Línea: Nuevas Tecnologías (Textil). Palabras clave: Colección, color, diseño, fibras inteligentes, fibras textiles, indumentaria, indumentaria deportiva, materiales, textil, Ski, Columbia, Patagonia.
148. Cortejarena, Nancy (2002). **Un mundo de cinco siglos**. Licenciada en Publicidad. Línea: Medios (Comunicación). Palabras clave: Animación, cartel, comunicación, creatividad, diseño gráfico.
149. Cosentino, María Elina (2002). **Lo simbólico nos invade**. Licenciada en Publicidad. Línea: Medios (Consumo). Palabras clave: Consumidor, consumo, estrategias de marketing, posicionamiento, producto, Publicidad.
150. Cossio, María Ángeles (2002). **La nueva comunicación política**. Licenciada en Relaciones Públicas. Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Político). Palabras clave: Campañas políticas, comunicación política, marketing político, Relaciones Públicas, video.
151. Cruz, Marina (2001). **La imagen interna de las empresas familiares**. Licenciada en Relaciones Públicas. Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Institucional). Palabras clave: Comunicación interna, comunicación institucional, empresa familiar, imagen interna, PyMEs, Buquebús, Lipsia S.A., Román.
152. Cundo, Anika (2002). **Corporate Citizenship**. Licenciada en Relaciones Públicas. Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Filantrópico). Palabras clave: Acciones, campañas de bien público, caridad, comunidad, estrategias, fundación, marketing social, imagen institucional, patrocinio, related marketing.
153. Cuniberti, Laura (2000). **Sexualidad publicitaria**. Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Consumo, cultura, discurso publicitario, erotismo, juventud, marketing de belleza, modelos publicitarios, seducción.

154. Czerwonogora, Natalia (2002). **Comunicación interna en las organizaciones.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Institucional).  
Palabras clave: Comportamiento organizacional, comunicación, comunicación institucional, Joyería Maruki, Movicom Bellsouth.

## [ D ]

155. D'Agino, Soledad (2002). **Pensar global, actuar local.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Globalización).  
Palabras clave: Estrategias de comunicación, globalización, marcas globales, marketing, Grupo Alfa Laval.

156. D'Amore, Florencia (2002). **Fusiones y adquisiciones.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Estrategias).  
Palabras clave: Comunicación institucional, cultura organizacional, estrategias, fusiones y adquisiciones, gerenciamiento del cambio organizacional, liderazgo, plan de comunicación, públicos, público externo, público interno.

157. Daneri, Ezequiel (2002). **Utilización de Internet para potenciar los negocios.**

Licenciado en Publicidad.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).  
Palabras clave: Agencias de publicidad, e-commerce, Internet, marketing, negocios.

158. Dayán Peralta, Victoria (2000). **La Publicidad en la era global.**

Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Globalización).  
Palabras clave: Agencia global, consumidor, cultura global, globalización, imagen de marca país, marketing, mercado, Mercosur, patterns, Publicidad, tecnología.

159. De Carlo, Daniela (2001). **Tango, mate y otras yerbas. Marca - País.**

Licenciada en Publicidad.  
Línea: Marca (Identidad Corporativa).  
Palabras clave: Cultura, estrategias, identidad corporativa, Internet, marca país, marketing, medios de comunicación masiva, turismo.

160. De Lellis, María Fernanda (1999). **Promociones en punto de venta.**

Licenciada en Publicidad.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Promociones).  
Palabras clave: Consumidores, merchandising, promociones, puntos de venta, supermercados, ventas, Carrefour, Coto, Disco, Norte.

161. De los Santos, María Victoria (2004). **El niño y los espacios. La vivienda y el Jardín de Infantes (de 0 a 6 años).**

Diseñadora de Interiores.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Vivienda).  
Palabras clave: Espacios, juegos, juguetes, creatividad, jardín de infantes, color, materiales, texturas, ergonomía, escala humana, formas.

162. De Mingo, Esteban (2004). **Produser. Una herramienta informática.**

Licenciado en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).  
Línea: Nuevas Tecnologías (Informática).  
Palabras clave: Administración de recursos, control de gestión, informática, manual del usuario, plan de trabajo, producción audiovisual.

163. Di Giorgio, María Silvina (2002). **La mujer y la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Discurso publicitario, estereotipos femeninos, feminismo, medios de comunicación, moda, Publicidad.

164. Di Gregorio, Leandro (2003). **La pelota de oro. El negocio del fútbol.**

Licenciado en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing deportivo).  
Palabras clave: Barras bravas, folklore, fútbol, hinchas, indumentaria, medios de comunicación, pronósticos deportivos, Publicidad, recaudaciones, sponsors.

165. Di Rico, Natalia (2002). **Objetos de deseo.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Accesorios de moda).  
Palabras clave: Accesorios de moda, carteras, marroquinería, moda.

166. Di Venezia, Flavia (2002). **Cuando los músicos no improvisan.**

Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Imagen de Personaje).  
Palabras clave: Acciones de bien público, artistas, asesoría en imagen, comunicación, espectáculos, Estrategias, ídolos, imagen de personaje, mercado discográfico, música, posicionamiento, Relaciones Públicas, show business, TV, video clip.

167. Díaz Andrade, Martín (2002). **Creatividad dirigida al sector de público joven.**

Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Creatividad).



Palabras clave: Comunicación de bien público, creatividad, evolución del consumo, hábitos de consumo, marketing filantrópico, medios masivos de comunicación, publicidad online, publicidad subversiva, segmento joven, Pronto Shake, Yeyeye.com.

168. Díaz Brennan, Natalia (2002). **La personalidad de marcas.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Imagen de Marca).

Palabras clave: Comunicación, consumidores, imagen de marca, marcas, personalidad de marca.

169. Distasio, Nataly (2002). **PNT. La nueva protagonista de la pantalla.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Anunciantes, canales, comunicación, productoras, tipos de TPN.

170. Dobniewski, Natacha (1999). **Los Shopping Centers.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).

Palabras clave: Consumo, entretenimiento, marketing, negocio, promociones, shopping, Tiempo de ocio, Marca: Shopping Caballito.

171. Domínguez, Ana Laura (1997). **La identidad global.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Globalización).

Palabras clave: Bulimia del consumo, comunicación masiva, consumo, estereotipos, ética, globalización, hombre light, identidad nacional, identificación, imaginario, liderazgo, mito, percepción, posmodernidad, signo, símbolo.

172. Dorfman, Matías (2004). **El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.**

Licenciado en Comunicación Audiovisual.

Línea: Nuevas Tecnologías (Imagen Digital).

Palabras clave: Cultura analógica, fotografía, percepción, fotografía digital, multimedia, resolución, nitidez.

173. Dubove, Paula (2004). **Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).

Palabras clave: Imagen, identidad, cultura organizacional, personalidad, estilo corporativo, liderazgo, opinión pública, marca, Arcor, Mc Donald's.

## [ E ]

174. Echagüe, Guillermo (2002). **La situación actual de Argentina (Crisis).**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).  
Palabras clave: Comunicación política, crisis, liderazgo político, medios masivos de comunicación, opinión pública, propaganda.

175. Echevarne, Mauro (2004). **Comunicación y fundraising, caso LALCEC.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación institucional).

Palabras clave: Comunicación, estructura, reposicionamiento, fundraising, identidad corporativa, estrategia de comunicación, público objetivo, LALCEC.

176. Echevarría, Bárbara (2003). **Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.**

Diseñadora de Imagen y Sonido.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Instalaciones).

Palabras clave: Arte, bocetos, escenografía urbana, espacios, estética de la calle.

177. Elías, Virginia (2000). **Prevención de la drogadicción.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Imágenes).

Palabras clave: Campañas de bien público, consumidores, consumo, consumo compulsivo, dependencia, discurso preventivo, drogadicción, imágenes, población de riesgo, prevención, Publicidad.

178. Elola, Martín Ignacio (2003). **Publicidad vs. Publicidad. La Publicidad comparativa en la Argentina.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad comparativa).

Palabras clave: Códigos éticos, competencia, marco legal, Publicidad comparativa, regulaciones, Rolex, Orient, Coca-Cola, Pepsi, Procter&Gamble, Unilever.

179. Erut, Laura (2002). **Ética periodística.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Ética).

Palabras clave: Credibilidad, ética, periodismo, prensa, profesión, legislación ética.

180. Escati Peñaloza, Luciana (2000). **De mí no rías. La Publicidad que discrimina.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Discriminación, discurso publicitario, exclusión, humor, marca, minorías, moda, Publicidad.

181. Escobedo, Marcela (2004). **La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Música).

Palabras clave: Adolescencia, grupos de pertenencia, lírica, internet, cultura punk, generación pop.

182. Espiño, Victoria Lucía (2002). **La Publicidad responsable.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Ética).

Palabras clave: Competencia desleal, concursos, ética, promociones, Publicidad ilícita, publicidad regulada, sorteos, vía pública.

183. Esponda, Georgina (1998). **La comunicación de los productos farmacéuticos.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Farmacéutico).

Palabras clave: Acción de marketing, audiencia, comunicación, medios de comunicación masivos, mercado farmacéutico, productos éticos, Publicidad.

184. Estévez, Andrea Verónica (2000). **Sida y comunicación.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Campañas de bien público, comunicación, enfermedades, SIDA, teorías de la comunicación.

185. Estévez, María Verónica (2004). **Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Tendencias).

Palabras clave: Prendas femeninas, talles, mercado, cultura, posmodernidad, imagen, consumo, placer, estilo, cuerpo social, valores.

186. Etchebehere, Catalina (2002). **Ahora decimos P.N.T.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, publicidad no tradicional, rating, televisión, zapping.

187. Etchepare, María Eugenia (2004). **Comunicaciones integradas para PyMEs. La comunicación integrada, eje de gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (PyMEs).

Palabras clave: PyMEs, estrategias, imagen, identidad, comunicaciones, estructura, gerencia, Publitec.

188. Etchevarne, Federico (1996). **Los límites de la Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Ética).

Palabras clave: Competencia, consumidor, ética, libertad de expresión, marcas, legislación, productos, promociones, registro de marcas.

189. Etcheverry, Angela (2003). **Indumentaria laboral. Éxito a través del color.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Indumentaria Laboral).

Palabras clave: Color, funcionalidad, imagen corporativa, trajes, uniformes.

## [ F ]

190. Faiatt, Carolina (2002). **La moda y la Publicidad.** Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Moda).

Palabras clave: Comunicación, cultura, discurso publicitario, juventud, moda, música, televisión.

191. Fano, Soledad (2004). **La familia en la empresa.** Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (PyMEs).

Palabras clave: PyMEs familiares, personalidad, cultura, Relaciones Públicas, intervención, mediación.

192. Farhi, Mariela (1999). **Naturaleza y mercado.** Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Creatividad).

Palabras clave: Agua, comunicación publicitaria, consumidores, creatividad, evolución, fusiones, industria láctea, legislación, marketing de guerra, nichos de mercado, packaging, productos, Publicidad, relaciones industriales.

193. Faricelli, Virginia (2002). **Bienvenida sea la muerte al mundo de la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Cementerios, comunicación, discurso publicitario, Eros y Tánatos, Freud, funerales, misterio, muerte, posmodernidad, Publicidad, rituales.

194. Fariña Puyol, Marcelo F. (2003). **Cocina abierta en los espacios comerciales.**

Diseñador de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Locales).

Palabras clave: Espacios comerciales, gastronomía, espacio social, no lugar, espacios gastronómicos.

195. Farré Boldú, Eulalia (2002). **La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación Masiva).

Palabras clave: Acontecimiento, comunicación masiva, justicia, medios de comunicación, noticia, opinión pública, periodismo, producción televisiva.

196. Fazzari, Verónica Fernanda (2003). **Consultoras gastronómicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (PyMEs).

Palabras clave: Consultorías, crisis, dirección y gestión, gastronomía, imagen de marca, marketing, segmentación de mercado.

197. Federico, Patricio (2002). **Surf.ar el mercado del surf en Argentina.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Comportamiento adolescente, consumo, deportes, estrategias de comunicación, marcas, mercado del surf, posicionamiento, tribus urbanas.

198. Fenley, Laura (2003). **Las Relaciones Públicas y la logística.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Logística).

Palabras clave: Comunicación, distribución, logística, opinión pública, públicos, rol, servicio al cliente, status, Molinos.

199. Fernández, Claudia Gabriela (2003). **Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Consumo, estrategias del deseo, exclusión social, identidades posmodernas, inclusión social, mapa social, medios de comunicación, objetos, ostentación, poder, Publicidad, socialización, tratos, estratos.

200. Fernández, Marcela Adriana (1997). **La vía pública.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Vía Pública).

Palabras clave: Anunciantes, cartel, contaminación visual, ética, graffittis, imagen funcional, lenguaje visual, marketing, medio ambiente, pregnancy, publicidad en tránsito, tecnología, vía pública.

201. Fernández, María Dolores (1999). **Publicidad subliminal.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Discurso publicitario ética, imaginario social, lenguaje no verbal, normas legales, publicidad subliminal, receptor, target, técnicas de estimulación.

202. Fernández de Cieza, Marcela Andrea (2003). **Las Relaciones Públicas, el deporte amateur, y el patrocinio.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Patrocinio).

Palabras clave: Batering, comunicación social, deporte amateur, deporte profesional, mecenazgo, opinión pública, Pato, patrocinio, Polo, Publicidad, televisión.

203. Fernández Delamer, Martín (2001). **Radio AM y opinión pública.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Radios).

Palabras clave: Comunicadores sociales, credibilidad, gatekeepers, mediatización, multimedios, opinión pública, producción, radios, Clarín, Telefónica, TyC.

204. Fernández Fernández, Maribel (2003). **Los niños y los medios electrónicos.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Internet).

Palabras clave: Estrategias de comunicación, Internet, televisión infantil, televisión paga, video juegos.

205. Fernández Pelayo, Anabella (2004). **Levi's y la discriminación.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Medios (Discurso).

Palabras clave: Consumo, discriminación, exclusión social, identidad, medios de comunicación, Publicidad, marca, Levi's.

206. Ferrando, Débora. **Señales de identidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Target joven).

Palabras clave: Consumo publicitario, espacios, funciones, identidad grupal, juventud, moda, moratoria vital, signo, target joven, tribus urbanas.

207. Ferrari, Silvina (2002). **La profundidad de lo superficial.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Imaginario social, mercadeo, prensa, promoción, propaganda, Publicidad, Relaciones Públicas.

208. Ferrero, Federico (2002). **La comunicación corporativa en el plan de crisis.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).

Palabras clave: Categorías de crisis, competitividad, crisis, globalización, imagen de empresa, management, opinión pública.

209. Ferreyra, Claudia (2003). **Persuasivo vendedor; silencioso pero efectivo. El color.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Círculo cromático, comunicación, forma, gusto, mercado, producto, psicología cromática.

210. Figueras, Cristian (2002). **Viento blanco.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Político).

Palabras clave: Campañas de comunicación, comunicación política, imagen del candidato, marketing político, opinión pública.

211. Fiorante, María Lia (2002). **La comunicación interna en los call centers.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Acciones de comunicación, comunicación interna, público interno, telegestores, GIRE S.A.

212. Fiore Sastre, Natalia (2002). **Cuestión de imagen.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).

Palabras clave: Comunicación corporativa, crisis, estrategias de comunicación, imagen empresaria, Azurix, Bayer, Lapa.

213. Firreri, María José (2001). **La UNESCO y la opinión pública.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Opinión Pública).

Palabras clave: Identidad visual, ONG's, opinión pública internacional, públicos, ONU, Unesco.

214. Flores, María de las Mercedes (2002). ***¡Todo cambia! La relación entre la Publicidad y la sociedad argentina.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Campañas publicitarias, comunicación publicitaria, consumo, medios, sociedad de consumo, televisión.

215. Fontela Vázquez, Marcelo (2003). ***En busca de una auténtica remake.***

Diseñador de Imagen y Sonido.

Línea: Medios (cine documental).

Palabras clave: Creatividad, precuelas, remakes, secuelas.

216. Frost, Lorena Paula (1997). ***El público joven de AM.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Radio).

Palabras clave: Juventud, medios de comunicación, radios AM, programación radial.

217. Furrer, Rosa Analía (2003). ***Crisis: cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).

Palabras clave: Advertorials, crisis, competencia, comunicación corporativa, comunicados de prensa, gestión de riesgo de reputación (GRR), globalización, imagen corporativa, solicitadas.

## [ G ]

218. Gago, Julián (2003). ***Guía multimedia del Hatha, Yoga.***

Diseñador de Imagen y Sonido.

Línea: Nuevas Tecnologías (Multimedia).

Palabras clave: CD-ROM, edición, hardware, interactividad, multimedia, software, video.

219. Gaidolfi, Silvana (2002). ***Publicidad no Tradicional.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad no Tradicional).

Palabras clave: Anunciantes, clientes, consumo, pauta publicitaria, publicidad no tradicional, televisión, zapping.

220. Galié, María Clara (2002). ***La globalización en Publicidad.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Globalización).

Palabras clave: Comerciales, globalización, Mercosur, Patterns, Televisión.

221. Gálvez, Hernán Ariel (2003). ***La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Creatividad).

Palabras clave: Comerciales televisivos, costos y beneficios, medios masivos de comunicación, Publicidad, televisión.

222. Gammuto, Andrés Sebastián (2004). ***Sponsor, estrella publicitaria.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing deportivo).

Palabras clave: Sponsor, posicionamiento, deporte, identidad, ocio, Nike, Adidas, Ericsson, Copa AT&T.

223. Gándola, María Juliana (2000). ***El micromundo de la premiación publicitaria.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Premios).

Palabras clave: Agencias de publicidad, comercialización, creatividad, empresas anunciantes, estrategias festivas de publicidad, humor, industria publicitaria, industrias culturales, legislación premios.

224. Garat, Sofía (2002). ***Los mejores rincones de un lugar único.***

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Consumo Turístico).

Palabras clave: Consumo turístico, estrategia comercial, imagen corporativa, regiones turísticas, turismo, turismo aventura.

225. García Lamberto, Mariela (2002). ***La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.***

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Medios de Comunicación).

Palabras clave: Comunicación corporativa, crisis, ética profesional, media coaching, medios de comunicación, periodismo, Relaciones Públicas, vínculos empresa, medio de comunicación.

226. García Rabell, Emmanuel (2004). ***El rol de la creatividad en la Publicidad argentina actual.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Creatividad).

Palabras clave: Publicidad, mensaje publicitario, eficacia publicitaria, creatividad, inversión, diversión, ventas.

227. García Roggero, Silvana (2001). ***Music Adline. El límite entre lo publicitario y lo discográfico.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Música Publicitaria).

Palabras clave: Agencia publicitaria, creatividad, marketing, mercado discográfico, música publicitaria, norma legal, organización sonora, productora musical, referencias discográficas.

228. Garmendia, María Laura (2001). ***Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.***

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Internet).

Palabras clave: Crisis, identidad corporativa, imagen corporativa, Internet, Relaciones Públicas, normas legales.

229. Garófalo, Mariano (2003). **La comunicación interna como herramienta estratégica para una autoimagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Comunicación interna).

Palabras clave: Comportamiento organizacional, teoría clásica, teoría humanista, teoría de los sistemas, teoría contingente, comunicación formal, comunicación interna, soportes de comunicación, evaluación de desempeño, cultura organizacional, subcultura, imagen.

230. Gavioli Bleta, Laila (1997). **Se vende cultura. El mercado del arte.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Cultural).

Palabras clave: Arte, artes plásticas, artistas plásticos, consumidores de arte, cultura popular, galerías, industria cultural, comunicación de masas, marketing cultural, museos.

231. Gay, Josefina (2002). **Globalización.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Mercosur).

Palabras clave: Comunicación, globalización, identidad corporativa, imagen de empresa, marca, Mercosur, regionalización, Arcor, British Airway, Pizza Hut.

232. Gelabert, Agustina (2004). **Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (PyMEs).

Palabras clave: Empresas familiares, traspaso generacional, pequeña empresa, conflictos, mito, modelos, sucesión generacional, mujer, capacitación.

233. Ghidotti, Carolina (2001). **Publicidad electrónica.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Publicidad electrónica).

Palabras clave: E-marketing, e-publicidad (publicidad electrónica), red de redes.

234. Ghioldi, Aldana (2002). **Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + marketing uno a uno.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Cliente, discurso publicitario, empresa, marketing relacional, publicidad subliminal, umbral sensorial.

235. Giacomazzi, Gabriela (2000). **Los pequeños telespectadores (de 3 a 6 años).**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Segmento Etéreo).

Palabras clave: Audiencia infantil, estímulos ambientales, infancia, herencia, segmento etéreo, televisión.

236. Giacomelli, Federico (2003). **Patrocinio deportivo.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Patrocinio deportivo).

Palabras clave: Deporte, medios de comunicación, marketing deportivo, patrocinio, publicidad no tradicional.

237. Giménez, Sebastián (1999). **Marcas en momentos de crisis.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Marcas (Crisis).

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, comunicación, crisis, estrategia, gerenciamiento de crisis, gestión de crisis, imagen, mercado, producto, servicio.

238. Giménez, Silvina Martha (1997). **La marca como entidad corporativa.**

Diseñadora Gráfica.

Línea: Marca (identidad corporativa).

Palabras clave: Marca, identidad, imagen, mercado, producto, consumidor, identidad de marca.

239. Giorgi, Silvina (1998). **Tiempos de imagen masculina.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Consumo, discurso publicitario, estereotipos, ética, familia, género humano, identidad corporal, moda, productos light, sexualidad.

240. Giusto, Natacha (1998). **Fusión cultural.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Fusiones y Adquisiciones).

Palabras clave: Alianzas estratégicas, fusión cultural, fusiones y adquisiciones, Recursos Humanos.

241. Golstein, Yamila (2000). **Fuera de tanda.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Estrategia publicitaria, géneros televisivos, globalización, multigéneros, publicidad no tradicional, tanda, tecnología, TV abierta, TV paga.

242. Gómez, Carolina (2002). **El negocio de los lubricantes.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Consumo).

Palabras clave: Canales de venta, competencia, comunicación, consumo, estrategias de venta, marcas, mercados, YPF ELAION.

243. Gómez Magariños, Samanta Vanesa (2004). **Crisis publicitaria, causas y consecuencias.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Crisis).

Palabras clave: Crisis publicitaria, televisión, Publicidad, estrategias publicitarias, ética, consumo, comunicación, credibilidad.

244. Gómez Martino, María Laura (2002). **Laboratorios Beta. Su imagen en el mercado farmacéutico argentino.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).

Palabras clave: Comunicación institucional, identidad corporativa, identidad visual, imagen, laboratorios farmacéuticos.

245. Gómez Sánchez, María Alejandra (2001). **Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevas Tecnologías (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Comunicación, consultoras, Internet, marketing, Publicidad, redes temáticas, Relaciones Públicas, virtualidad.

246. Gonçalves, Alfonso Jorge (2003). **Micro patriotismo en busca del macro patriotismo.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad nacional).

Palabras clave: Empresa, identidad, imagen, nacionalismo, país, patriotismo.

247. Gontier, Gisela (2001). **La Publicidad en el Mercosur: Barreras culturales.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Mercosur).

Palabras clave: Comunicación estratégica, cultura, globalización, Mercosur, sociedad global.

248. González, Jerónimo (2002). **Sexualidad, jóvenes y Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Discurso publicitario, feminismo, juventud, perversiones, Publicidad, sexualidad, televisión.

249. González, María Soledad (2002). **Comunicación interna en empresas de servicios.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Cliente interno, comunicación interna, empresas de servicios, estrategias discursivas, servicios telefónicos, Telefónica.

250. González, Mariana (2004). **El big bang nacional.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Estratégico).

Palabras clave: Deseo, motivación, marketing, servicios, marcas, consumo, inversionistas, crisis, consumidores, inflación, pobreza, campañas, promoción, conducta.

251. González Benavidez, Mariana (2004). **El big bang nacional.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Estratégico).

Palabras clave: Globalización, identidad corporativa, Mercosur, marcas, consumo, crisis, consumidores, inflación, campañas, promoción.

252. González Massenio, Diego H. (2003). **Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, imagen mental, inteligencias múltiples, pensamiento lateral, percepción, psicología experimental, psicología social.

253. Grehan, María José (2004). **Ice-shake. Primer helado sin cadena de frío.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Estrategias).

Palabras clave: Economía de escala, producto, canales de distribución, costos fijos, marca, servicio, costo, precio, integración vertical, Grupo Arcor, Nestlé.

254. Grimaldi, Maximiliano (2004). **D.M.I Documento Multinacional de Identidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Nacional).

Palabras clave: Identidad, cultura, pre-adolescentes, jóvenes, ideologías, medios, juventud, consumo, teens, mercado, tribu, discursos, moda, estereotipos.

255. Grobocopatel, Natalia (2002). **Identidad cultural del barrio de la Boca.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Marcas (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Barrio de La Boca, campañas de comunicación, comunicación institucional, comunicación, publicitaria, comunicación visual, cultura, diseño, identidad corporativa e institucional, marca, merchandising, población, turismo.

256. Grossi, Mara (2004). **Publicidad y bien público.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Imaginario social, juventud, drogas, ideología, costumbres, bien público, medios, piezas gráficas.

257. Guastini, María Emilia (2004). **Centrales en el medio.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Agencias de Publicidad).

Palabras clave: Centrales de medios, mercado publicitario, agencias, medios, globalización, regionalización.

258. Güemes, María Rosa (2002). **¿El video clip, una vuelta al cine mudo?**

Licenciada en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).

Línea: Medios (Videoclip).

Palabras clave: Cine mudo, cine sonoro, comunicación, corrientes artísticas, industria del rock, Publicidad, videoclips.

259. Guerrero, Analía (2002). **Sobredosis de sexo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Campañas publicitarias, discurso publicitario, modelos sexuales, Publicidad, sexo mediato, televisión.

260. Guerrero Dewey, Silvina (2002). **Sexo polisémico.** Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Campañas publicitarias, cuerpo, discurso publicitario, imaginario social, media sex, mente, modelos sexuales, música y teatro, mutaciones, sexo mediato, televisión.

261. Guglielmino, Guido (2002). **Promoción de productos alimenticios y su marco legal.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Marco Legal).

Palabras clave: Alimentos, consumidores, marco legal, promociones de venta, Publicidad, Relaciones Públicas.

262. Gugliermetti, Ana Laura (2003). **Empresa de telecomunicaciones: la comunicación de una imagen.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Corporativa).

Palabras clave: Comunicación corporativa, empresas de servicios, empresas públicas, marca, marketing.

263. Gunning, Pablo (2002). **El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Base de datos, comunicaciones integradas, issues management, marketing, percepción, persuasión, Relaciones Públicas, target.

## [ H ]

264. Hanono, Paula (2002). **Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Infantil).

Palabras clave: Consumo, marketing infantil, medios de comunicación, merchandising, promoción, Publicidad.

265. Harari, Alberto (2004). **Biopics. Mujeres famosas en el cine.**

Licenciado en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).

Línea: Medios (Cine).

Palabras clave: Biopic, película, biografía, personalidades.

266. Hardy Hulme, Jennifer (2003). **Zapatillas, marketing y... ¿violencia?.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Calzado deportivo).

Palabras clave: Calzado deportivo, consumo, juegos olímpicos, marcas deportivas, marketing deportivo, violencia pandillera.

267. Haury, Susana (2002). **Se hace camino al crear. Publicidad gráfica de los '60 y '90.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Análisis Comparativo).

Palabras clave: Análisis comparativo, creatividad, estereotipos, medios, mensajes, tecnologías.

268. Hayd, Elly (2001). **Solidaridad vs. vida. Una apuesta despareja**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Imágenes).

Palabras clave: Campañas de bien público, donación de órganos, ética, imágenes, imaginario social, propaganda, transplantes, INCUCAI.

269. Hecker, Andrea (2002). **Homo consumidor. Consumidor masculino posmoderno.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Consumo masculino, masculinidad adulta, posmodernidad, productos masculinos, Publicidad.

270. Hecker, Cecilia (2002). **Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad Infantil).

Palabras clave: Comportamiento infantil, dibujos animados, niñez, publicidad infantil, televisión.

271. Herbstein, Andrés Nicolás (1996). **Avances tecnológicos aplicados a la música.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Música Publicitaria).

Palabras clave: Computación, creatividad, digitalización, home studios, informática musical, instrumentos, medios, música publicitaria, procesamiento de señal, programación, sonidos, tecnología.

272. Hernández, María Florencia (2001). **La imagen y la palabra en Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Redacción Publicitaria).

Palabras clave: Comunicación, cultura light, fotografía, imagen, mensaje publicitario, publicidad, redacción publicitaria.

273. Hernández, María Paula (2003). **La moda como comunicador político.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Medios (Modas)

Palabras clave: Comunicación política, identidad, imaginario social, indumentaria general de la Argentina, moda, modernidad, movimientos revolucionarios, partidos políticos.

274. Hernando, Paula (2002). **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Barreras físicas, campañas de bien público, comunicación, discapacidad motriz, igualdad, sociedad, Relaciones Públicas.

275. Herráez, María Eugenia (2003). **La luz como escena en la vivienda familiar.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Iluminación).  
Palabras clave: Ambiente, artefactos de iluminación, estética, iluminación domiciliaria, iluminación teatral, luz artificial, tecnología.

276. Heyaca, María Eugenia (2004). **Manuela Rosas. Primera relacionista pública argentina.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Clases sociales, movimiento social, Manuela Rosas, función pública, agenda setting, lobby, opinión pública, ceremonial, protocolo, identidad visual, imagen.

277. Hokama, Ezequiel (2002). **Museo etnográfico entre la memoria y la comunicación.**

Diseñador de Imagen Empresaria.

Línea: Marca (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Comunicación, cultura, diseño, identidad corporativa, museos.

278. Horvat, Aldana (2002). **El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Estrategias).

Palabras clave: Comunicación, credibilidad, estrategias, imagen corporativa, marketing, posicionamiento, Publicidad, Relaciones Públicas.

## [ 1 ]

279. Ibarra, Andrea F. (1997). **La virtualización de la sensación.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).

Palabras clave: Internet, Publicidad, tecnologías, virtualización.

280. Ibarra García, Ignacio (2002). **Juguemos en el bos-que... (Ética publicitaria).**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Ética).

Palabras clave: Agencias de Publicidad, anunciantes, ética profesional, medios de comunicación, moral, normas éticas y morales, principio de la sindéresis, Publicidad, relativismo ético, televisión, usuarios, Canal 13, Clio2, Ford Focus.

281. Imposa, María de las Mercedes (1997). **En búsqueda de una identidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Adolescencia, comportamiento, consumo, cultura, discurso publicitario, identidad, juventud, percepción, Publicidad.

282. Iraola, Julián (2001). **Desafíos del Mercosur a la publicidad institucional.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad Institucional).

Palabras clave: Campañas publicitarias, comunicación institucional, corporación, cultura institucional, Empresas, estrategia institucional, globalización, institución, Mercosur, publicidad institucional, eslogan institucional.

283. Irigaray y Asúa, Verónica Inés (2004). **La guerra de las marcas: líderes.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Marcas propias).

Palabras clave: Marcas líderes, marcas propias, mercado global, competencia, consumidores, consumo, fidelización.

## [ J ]

284. Jahnke, Kathrin (2002). **El futuro de la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Agencias de publicidad, evolución de la Publicidad, globalización, holdings de comunicación, medios de comunicación, mercado publicitario, Publicidad.

285. Jakowczuk, Gisela (2003). **Impacto de las nuevas tecnologías en el Diseño de Interiores.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Nuevas Tecnologías (Diseño digital).

Palabras clave: Auto CAD, Diseño digital, sistemas de representación.

286. Jáuregui, Florencia (2003). **Relaciones Públicas cinco estrellas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones públicas).

Palabras clave: Cadena hotelera, estrategia de comunicaciones integradas, hospedaje, imagen institucional, medios de comunicación, segmentación.

287. Jebsen, Mónica (2003). **¿Los creativos, reemplazan el área de cuentas?**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Cuentas).

Palabras clave: Agencias de publicidad, área de cuentas, creatividad, crisis.

288. Jinich, Ariana M. (2003). **La mediación institucionalizada.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevos Profesionales (Mediación).

Palabras clave: Agencia de publicidad, anunciantes, ejecutivo de cuentas, mediador, medios masivos de comunicación, Publicidad.



289. Johnson, Martín (2002). **Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.**

Licenciado en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).  
Línea: Medios (Guión Audiovisual).

Palabras clave: Ficción, guión audiovisual, locaciones, masonería, personajes, producto audiovisual, religión.

290. Jordán, Joaquín (2002). **Crisis e imagen de marca país.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Crisis).

Palabras clave: Brand-character, crisis, identidad cultural, marca, marca país, medios de comunicación, migraciones, submarcas: provincial y ciudad, turismo.

291. Jun, Hye Ran (2004). **¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcionalidad?**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes.

Palabras clave: Estética, indumentaria, deportes, funcionalidad, moda, imagen, consumo.

## [ K ]

292. Kalmus, Mariano (2002). **El banner y su guión técnico.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Soportes Digitales).

Palabras clave: Audiencia, Internet, pauta publicitaria online/offline, segmentación online, soportes digitales (banners).

293. Katz, Leandro (2004). **Publicidad y religión en los medios de Argentina en el periodo 1990-2000.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Religión, agencias, mensaje publicitario, avisos, recursos, censura.

294. Katz, Sandra (2003). **El diseño de interiores en los locales gastronómicos.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Locales).

Palabras clave: Color, espacio, iluminación, locales de venta, materiales, percepción.

295. Kim, Analía (2003). **Manga, Anime. Su influencia sobre la moda japonesa.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objeto / Espacios / Imágenes (Moda).

Palabras clave: Adolescencia, animé, cómics, estilos, manga, shojo manga, tendencias, tradición, tribus urbanas.

296. Kim, Cecilia (2004). **Uniformidad vs. originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Moda).

Palabras clave: Inmigrantes, moda, marca país, costum-

bres, tribus urbanas, vestido, uniformidad, originalidad, mito, identidad.

297. Kim, Susana (2004). **¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Moda).

Palabras clave: Denim, Levi's, colores, cortes, hilo, agentes de limpieza, delanteros, costuras, máquinas.

298. Klas, Tamara (2002). **Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imágenes).

Palabras clave: Campañas publicitarias, consumo, estrategias de comunicación, globalización, promoción, Publicidad.

299. Knop, Fabiola (1997). **Los medios de comunicación y la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Censura, comunicación, CONADEP, democracia, dictadura, educación, ética, política, Proceso de Reorganización Nacional, propaganda, Publicidad, slogans, terrorismo.

300. Kotliar, Yael (2004). **Color. El simbolismo del color en el Diseño de Interiores.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Color).

Palabras clave: Color, percepción, simbolismo, Clorindo Testa, Educación Waldorf, A.L.B.A.

301. Krenkel, Carolina (2004). **El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Indumentaria Laboral).

Palabras clave: Ergonomía, fibras inteligentes, construcción, tejidos, ART, derecho del trabajo, Normas IRAM, colección.

## [ L ]

302. La Spina, Edgardo (1998). **Color, cultura y consumo.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad corporativa).

Palabras clave: Color, comunicación, conducta del consumidor, consumo, cultura, identidad corporativa, psicología cromática.

303. La Venia, Mariano (2000). **Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.**

Licenciado en Publicidad.

- Línea: Medios (Liderazgo de Opinión).  
Palabras clave: Anunciantes, consumidor, credibilidad, empresas, estrategias, herramienta de venta, líderes, liderazgo de opinión, marca, marketing filantrópico, motivaciones, prejuicios, productos, psicología de masas, Publicidad, target.
304. Labaton, Dana (2002). **Santa estrategia.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación, estrategias de comunicación, marketing, religión.
305. Lande, Marcela (2002). **Fútbol S.A.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Comunicación).  
Palabras clave: Fútbol, medios de comunicación, mercado futbolístico, Publicidad, sponsorización, Nike, El Gran DT.
306. Lanne, Javier (2004). **De los cadáveres exquisitos al MTV.**  
Licenciado en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).  
Línea: Medios (Videoclip).  
Palabras clave: MTV, videoclip, cine de vanguardia, video musical, discurso audiovisual, pieza musical, recursos estéticos.
307. Lareo, Soledad (1999). **Fue, es y será, siempre Coca-Cola.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).  
Palabras clave: Análisis comunicacional, comunicación, consumidor, inconsciente colectivo, la guerra de las colas, marketing de guerra, Coca-Cola.
308. Larrandart, Miguel (2003). **Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la Empresa.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Personalidad corporativa).  
Palabras clave: Comunicación, conducta, identidad, imagen, personalidad, sinergia.
309. Lauria, Luciano (1997). **Modas creativas.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Moda).  
Palabras clave: Ideología, marca, marketing, modas culturales, promoción, Publicidad, simbología, status, target, tendencias.
310. Lautieri, María Celeste (2003). **Las Relaciones Públicas dentro de la industria farmacéutica.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).  
Palabras clave: Capacitación, Comunicación, distribución de medicamentos, imagen corporativa, motivación, productos éticos, público externo e interno.
311. Lavenia, María Victoria (2001). **Fusiones y adquisiciones en Argentina.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicaciones).  
Palabras clave: Comunicación, fusiones y adquisiciones, imagen empresarial, mercado, público externo, público interno.
312. Laventman, Edith (2002). **Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Interna).  
Palabras clave: Herramientas de comunicación interna, objetivos, recursos humanos, Correo Argentino, Hotel Alvear, La Caja, Techint, Telecom, TGN.
313. Lee, Eugenia (2001). **Relaciones peligrosas. La mujer y las Relaciones Públicas.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Nuevos Profesionales (Relaciones Públicas).  
Palabras clave: Consultorías, feminismo, imagen, mercado laboral.
314. Legeren, Martina (2003). **El feng shui. El feng shui en restaurantes.**  
Diseñadora de Interiores.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Locales comerciales).  
Palabras clave: Cultura occidental, cultura oriental, decoración, locales, Feng Shui, restaurantes, shui, tao, ying-yang.
315. León, María del Pilar (2001). **La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación, empresas, organizaciones sindicales, Relaciones Humanas, sindicatos.
316. Leonetti, María Florencia (2003). **La Publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Estrategia).  
Palabras clave: Creatividad, estrategia, herramienta de marketing, marca, target, tipos de medición.
317. Lerer, Verónica Laura (2000). **El culto al consumo.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Marcas (Consumo).  
Palabras clave: Consumo, cristianismo, judaísmo, juventud, mercado espiritual, mito, Publicidad, religión, símbolos.
318. Lescano Cameriere, Florencia (2002). **La imagen vs. el precio.**  
Diseñadora de Packaging.  
Línea: Marcas (Consumo).  
Palabras clave: Consumo, demanda, diseño, marcas propias, packaging, precio, supermercados.

319. Levin, Gabriela (2001). **Bricks & clicks. Comportamiento del consumidor.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).  
Palabras clave: Comunicación publicitaria, consumo, e-commerce, estrategias, estructura del shopping, Internet, shopping off line, shopping online.
320. Liberman, Marisa (2002). **Comunicación vs. Re-caudación de fondos para las ONG's.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicaciones integradas, entidades solidarias, gestión democrática, marco legal, marketing solidario, mecenazgo, patrocinio, sponsoring.
321. Litvak, Laura (2002). **¡La familia! PyMEs familiares y Relaciones Públicas.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (PyMEs).  
Palabras clave: Comunicación, comunicación, crisis, mercado, PyMEs familiares, sucesiones.
322. Litvin, Bettina Daniela (2003). **Técnicas de producción textil. Acabados revolucionarios para la moda y el diseño.**  
Diseñador de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Nuevas Tecnologías (Textil).  
Palabras clave: Acabados especiales, acabados estéticos, bordados, estampados, procesos textiles, teñidos.
323. Lizarraga, Luis (2002). **Nueve divas del cine y la moda.**  
Diseñador de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Medios (Moda).  
Palabras clave: Cine, comunicación, divas, estilo, indumentaria, moda, Publicidad.
324. Locreille, María Eugenia (2002). **La función del departamento de Relaciones Públicas.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Relaciones Públicas).  
Palabras clave: Comunicación interna, comunicación organizacional, relaciones institucionales, Relaciones Públicas, Unilever S.A.
325. Lolich Corvalán, Luciana (2001). **Cómo leer a un adolescente.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Adolescencia, discurso publicitario, marketing juvenil, medios gráficos, posmodernidad, publicidad gráfica, revistas juveniles.
326. Longueira, Soledad (2002). **Campaña integral de bien público (Drogas).**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Imágenes).  
Palabras clave: Drogadicción, campañas de bien público, CENARESO, imágenes.
327. López, María Laura (2004). **Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.**  
Diseñadora de Imagen y Sonido.  
Línea: Medios (Cine).  
Palabras clave: Cinematografía, maquillaje, vestuario, imágenes.
328. López, María Victoria (2000). **Sida: no mirar; no decir; no escuchar (censura).**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Imágenes).  
Palabras clave: Acción comunitaria, autocensura, campañas de bien público, censura, grupos de riesgo, imágenes, HIV/Sida, pandemia, prevención, sexualidad, Stone, Tulipán.
329. López, Rocío (2002). **Mi querida Argentina.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Crisis).  
Palabras clave: Crisis argentina, medios de comunicación, marcas en las crisis, Publicidad, tipos de crisis.
330. López, Sergio (2000). **Adictos la información. Internet**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Internet).  
Palabras clave: Autopista informática, cibercomercio, cibersexo, estrategias, Internet, red, tribus urbanas, usuarios.
331. López Arestín, Agustina (2002). **Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Turístico).  
Palabras clave: comunicación directa, estrategias de comunicación, marketing turístico, prensa, promociones, público externo e interno, sponsoreo y patrocinio, turismo masivo.
332. López Ascárate, Carolina (2002). **Publicidad rechazada. La Publicidad que nadie ve.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Anuncio, control publicitario, discurso publicitario, investigación de mercado, pretest publicitarios, Publicidad, rechazos.
333. Loustau, Agustina (2000). **Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa en la mente de los públicos externos de las empresas de servicios.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación corporativa, identidad corporativa, imagen, público externo, público interno, segmento bancario, servicios.
334. Loyato, Ileana (2001). **La guerra promocional entre Coca y Pepsi.**  
Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Promocional).

Palabras clave: Guerra de las cocas, marketing promocional, promociones, Coca-Cola, Pepsi-Cola.

335. Lubreto, Luciana (2002). ***Diseño de Packaging. Ecología y Diseño.***

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Diseño, ecología, envase, material, medio ambiente, packaging, producto, reciclado.

336. Luchía Puig, Mercedes (2000). ***¿Publicidad subliminal o mensajes inadvertidos?***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, discurso publicitario, legislación, lenguaje, medios audiovisuales, mensaje oculto, música, publicidad subliminal, sexualidad.

337. Luis, Verónica (2002). ***Arquitectura efímera.***

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Stand).

Palabras clave: Arquitectura efímera, espacios, exposiciones, ferias, mercados, predios, stand, salida laboral.

338. Luna, Anahí Luján (2004). ***Las Relaciones Públicas, más allá de los paradigmas tradicionales.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Relacionista público, perfil, ética, desarrollo social, coyuntura, Basavilvaso, Corredor Termal.

339. Luna, Jorge (2004). ***Cuando la imagen vale más que mil palabras. Hacia la desaparición del texto en la gráfica publicitaria.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso publicitario).

Palabras clave: Medios, comunicación social, consumidor, lenguaje visual, comunicación visual, Publicidad gráfica, avisos.

340. Luna Requena, Patricio (2002). ***El avance de las marcas.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Marcas (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, espacios privados, espacios públicos, fidelidad de marcas, isotipos, logotipos, marketing de marcas, notoriedad de marcas, ranking de marcas, sensibilidad, valor de marca.

## [ M ]

341. Machiavelli, Silvina (2002). ***Un país, una empresa: Arcor.***

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Iden-

tividad Corporativa).

Palabras clave: Comunicación, identidad corporativa, imagen de empresa, marca global, marca país, política comunicacional, Grupo Arcor.

342. Magurno, Marina (2002). ***La mujer argentina y la Publicidad***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Consumo, discurso publicitario, estereotipos femeninos, feminismo, publicidad.

343. Mahfud, María José (1999). ***Solos o acompañados.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Directo).

Palabras clave: Aldea global, comunicación, consumo, cultura, marketing directo, tecnología.

344. Maierú, Gabriela Silvia (2003). ***¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la Publicidad.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Categorización de la mujer, consumidor, cuerpo, femineidad, luchas sociales, medios de comunicación, postfeminismo, Publicidad.

345. Majdalani, María Guadalupe (1997). ***Traducción simbólica de marcas competitivas.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Estrategias).

Palabras clave: Colores, competencia, consumo, envases, fusiones, marketing, posicionamiento estratégico, productos, shopping, supermercadismo.

346. Makara, Cynthia Karina (2001). ***Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.***

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Competencia, comunicación, diseño de embalaje, diseño de producto, embalaje, envasado, envase, marca, packaging, producto, Publicidad.

347. Manera, María Elena (2003). ***Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.***

Diseñadora de Packaging.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Packaging).

Palabras clave: Consumo, diseño, elaboración de yogures, envases, eye tracking, industria láctea, potes termoformados.

348. Maqui, Ignacio (2003). ***Media-Boarding.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Consumo).

Palabras clave: Adolescentes, acciones de comunicación, consumo, esponsorización, globalización, industria nacional, jóvenes, marcas, skateboarding, tribus urbanas.

349. Marasco Benítez, María Zoraida (2003). **Creativos, al frente.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevos Profesionales (Creatividad).

Palabras clave: Competencia, creatividad, crisis, producto, propuesta, reason why, target.

350. Marconi, Paula Soledad (2004). **Los movimientos anticorporativos. Las multinacionales bajo la lupa.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones

Palabras clave: Globalización, movimientos anti corporativos, anticonsumismo, antiglobalización, anticorporativismo, derechos humanos, trabajo infantil, ética, medios, marcas, sondeos de opinión, imagen pública, responsabilidad social empresaria.

351. Marengo, Alejo. **Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el cliente.**

Licenciado en Publicidad (2004).

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Management).

Palabras clave: Gestión, cliente, management, comunicaciones, base de datos, motivaciones, necesidades, estrategia.

352. Marín, Natalia (2000). **Tecnohumanización.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Comunicación).

Palabras clave: Automatización, comunicación, consumidor, marketing, mass media, sociedad postindustrial.

353. Marmetto, Martín Andrés (2003). **Plan de comunicación para cadenas de retail.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación de crisis, negocios, plan de comunicación, CENCOSUD.

354. Marsó, María Magdalena (2002). **¡Conocerás a tus clientes!**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing).

Palabras clave: Agencias de Publicidad, consumidor, fidelización, Internet, lealtad, marketing masivo, marketing relacional, relaciones humanas.

355. Martín, Mariana S. (2002). **Comunicar desde la imagen.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Cliente, comunicación institucional, consumidor, globalización, identidad corporativa, imagen corporativa, insight de las empresas, tecnologías.

356. Martín, Romina Vanesa (2004). **Marca, país argentina. Una problemática a resolver.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Marca País (Imagen marca país).

Palabras clave: imagen, imagen-país, marca-país, estrategias, vinos, cueros, turismo.

357. Martín Nicastro, Gonzalo (2000). **Nuestras débiles voluntades. Política y publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Político).

Palabras clave: Campañas políticas, imagen del candidato, marketing político, medios, propaganda, Publicidad, "RA" campaña Alfonsín.

358. Martínez Baquero, Gustavo (2001). **La última decisión. Publicidad láctea.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Consumo).

Palabras clave: Calidad nacional, clientes, consumo, industria láctea, marca, mensaje publicitario, precio, servicio, tecnología.

359. Martínez Ventura, Eugenia Belén (2003). **El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.**

Diseñadora Editorial.

Línea: Medios (Editorial).

Palabras clave: Diarios, discurso periodístico, diseño editorial, puesta en página, organización, sistemas de impresión.

360. Martire, Julieta (2002). **La publicidad social.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Conciencia social, discurso publicitario, filantropía, medios de comunicación, marketing social, publicidad social, Toscani / Benetton.

361. Martos, Federico Nicolás (2002). **El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación Política).

Palabras clave: Brief, campaña electoral, comunicación política, democratización, financiamiento, imagen, modernización, opinión pública, privatización, propaganda, Publicidad.

362. Masimiani, Geraldine (2003). **Bodega «Finca Don Nicolás».**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Bodega, competencia, diseño, empaque, envases, estrategias de marketing, etiquetas, maderas, materiales, orígenes del vino, pallets, tipos de vinos argentinos, vidrio, vitivinicultura.

363. Massun, Verónica (2002). **Impacto creativo vs. imagen corporativa.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Corporativa).

Palabras clave: Campañas publicitarias, competitividad, canales de comunicación, creatividad, imagen corporativa, marca, medios masivos de comunicación.

364. Maximino, Carla (2003). **Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Publicidad).  
Palabras clave: Jóvenes, medios de comunicación, motivaciones, necesidades, persuasión, publicidad, publicidad subliminal.
365. Mazar Barnett, Juliana Sabrina (2003). **Ciberumores.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Internet).  
Palabras clave: Ciberumor, crisis, planificación estratégica, públicos internos y externos.
366. Mazzocchi, Mauro César (2003). **Creatividad en Internet. El nuevo desafío publicitario.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Creatividad).  
Palabras clave: Avisos, creatividad, creatividad on line, creativo, ética, Internet, medios de comunicación, Publicidad, radio, televisión.
367. Mazzucco, Sebastián Guillermo (2004). **La Publicidad y el fútbol amateur infantil.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Publicidad).  
Palabras clave: Patrocinio, Publicidad, fútbol, segmento etéreo, niñez, promociones, imagen.
368. Melo, Silvia Cristina (1997). **La televisión en busca del futuro.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Televisión).  
Palabras clave: Aldea global, información, innovaciones, interactividad, marketing, medios masivos de comunicación, nuevas tecnologías, producto, sociedad postindustrial, televisión, usuario.
369. Méndez, Julio César (2000). **Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Consumo).  
Palabras clave: Alcoholismo, campañas, consumo, marketing social, necesidades, producto, Publicidad, tabaquismo.
370. Méndez, María de las Mercedes (1998). **Estereotipos femeninos.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Alimentos diet y light, arquetipo femenino, cosmética, cuerpo, discurso publicitario, estereotipo femenino, medios gráficos, moda, Luna, Para Ti.
371. Mendizábal, Carolina R. (2002). **La desmotivación en acción.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Interna).  
Palabras clave: Comunicación interna, cultura organizacional, globalización, imagen, motivación, Banco Itaú.
372. Merayo, María Gabriela (2002). **Moda e identificación.**  
Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Marcas (Consumo).  
Palabras clave: Adolescencia, comunicación de marcas, consumo, gráfica, imagen, marca, Publicidad, televisión.
373. Mercado, Rita (2004). **El activo más valioso.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).  
Palabras clave: Banco, financiera, fusión, competencia, responsabilidad social, alianzas, público objetivo, comunicación interna, capacitación.
374. Merendoni, Daniel (1999). **Globalización y pattems publicitarios.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Patterns).  
Palabras clave: Consumidor, cultura global, estrategias de comunicación, globalización, medios de comunicación, patterns publicitarios, productos, televisión.
375. Merlo, Analía (1999). **Marketing filantrópico.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Filantrópico).  
Palabras clave: Auspiciantes, campañas de bien público, comunicación, consumo, Estado, estrategias, filantropía, fundaciones, marketing filantrópico, medios de comunicación, negocio, Publicidad, Sida, solidaridad, televisión.
376. Micó, Gonzalo (2002). **Marcas propias.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Marcas (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación, consumo, consumo masivo, estrategias del distribuidor, marcas, marcas líderes, marcas propias.
377. Milán, María Julieta (2002). **La fuente de la eterna juventud.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Belleza, comunicación, cosmética, deseo, discurso publicitario, estética, imagen corporal, juventud, mito, seducción.
378. Milano, Pablo (2002). **Marca: Personaje. Construcción de imagen de personajes populares.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Marca (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación, consumo, estrategias, imagen del personaje, marca de personaje, medios de comunicación, mercados, Publicidad, personajes populares.
379. Miragaya, Julieta (2004). **Afrontar la crisis con altura.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones.  
Palabras clave: Identidad corporativa, imagen corporativa, gestión de crisis, planificación, líneas aéreas.

380. Moccia, Leandro Agustin (2004). **Revolución Underground.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Medios, discurso publicitario, comerciales, medición, televisión.

381. Modolo, Cintia Karina (2003). **Festivales publicitarios, la trastienda.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Festivales Publicitarios).

Palabras clave: Agencias, creativos, organizadores, Absolut Vodka.

382. Mohadeb, Jessica (1997). **El marketing promocional.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Promocional).

Palabras clave: Comunicación, consumo, estrategias de venta, fidelización, globalización, marcas, marketing promocional, producto, técnicas de promoción, tecnología.

383. Moledo, Valeria (2003). **Las Relaciones Públicas en las PyMEs.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (PyMEs).

Palabras clave: Comunicación interna y externa, crisis, cultura corporativa, lobby, microempresa, PyMEs.

384. Molina, Jesica Andrea. **La imagen de los peajes de la costa.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).

Palabras clave: Auditoría de comunicación, auditoría de identidad, imagen corporativa, planeamiento estratégico, públicos.

385. Molina, Noel (2002). **La tecnología como ficción posmoderna.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Nuevas Tecnologías (Calzado Deportivo).

Palabras clave: Anatomía, antropometría, calzado deportivo, consumo, indumentaria, fibras inteligentes, imaginario social, productos inteligentes, sociología del consumidor.

386. Mombrú, Marcelo (2000). **El mapa del tesoro oculto. Publicidad Turística.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Turístico).

Palabras clave: Comunicación, creatividad, cultura, juventud, marketing turístico, producto, propaganda, Publicidad, servicio, turismo, turismo nacional, turismo social.

387. Momdjian, Yanina Melina (2004). **El espectáculo. Nuevo co-equipar de la creatividad publicitaria.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso publicitario).

Palabras clave: Publicidad, espectáculo, creativos, comerciales, publicidades, PNT.

388. Moreno, Hernán (2001). **Violencia en el fútbol.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Comportamiento colectivo, Comunicación, dirigentes, fútbol, medios de comunicación, marco legal, negocio, violencia.

389. Mosquera, María del Carmen (1999). **La promesa suntuaria.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Consumo).

Palabras clave: Autos, Comunicación, consumo, cultura, moda, Publicidad, relojes, simbolismo, status, suntuario, valores.

390. Moughty Cueto, Pamela (2003). **Consultoras gastronómicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Gastronómico).

Palabras clave: Costos, facturación, food and beverage, marketing gastronómico, recursos humanos, Relaciones Públicas, rentabilidad, restaurantes.

391. Mouján, María Inés (2003). **Responsabilidad Social Empresaria.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación institucional).

Palabras clave: Comportamiento humano, comunicación institucional, consumidores, interlocutores, medios, pacto global, Publicidad institucional, responsabilidad social empresaria.

392. Moujan, María Marta (2001). **El consumidor de supermercados.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, consumo, estrategias de venta, hard discounts, marcas propias, promociones, puntos de venta, supermercado, supermercados virtuales.

393. Mraz, Jesica (2004). **Redescubriendo al Dircom.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Comunicación Corporativa).

Palabras clave: Comunicación corporativa, Dircom, comunicación integrada, comunicación estratégica, ejecutivos, consultoras, perfil.

394. Murekian, Irina (1997). **Guía turística de las grandes superficies.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).

Palabras clave: Cadenas de distribución, competencia, comprador, consumo, distribuidor, empresa, góndola, gran superficie de ventas, hipermercados, marcas propias, promociones, punto de venta, supermercados.

395. Mustazza, Mariela Alejandra (2003). **La influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Opinión Pública).

Palabras clave: Agenda, setting, encuestas, estrategia de medios, medios de comunicación, monopolio, opinión pública.

## [ N ]

396. Nahuelanca, María Marta (1999). **Responsabilidad Social de las empresas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, esponsorización, filantropía, imagen de empresa, marketing filantrópico, patrocinio.

397. Nápoli, Horacio (2002). **El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.**

Diseñador de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Corporativa).

Palabras clave: Comunicación interna y externa, diseñador en imagen empresaria, identidad, imagen corporativa, público interno, Recursos Humanos.

398. Neira, Hernán (2000). **Fidelización, soborno y extorsión.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Marcas (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, consumo, crisis, customización, fidelización, marketing.

399. Nelson, Pablo Javier (2002). **Paraísos prohibidos. La comunicación de la Marihuana.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: comunicación, drogadicción, marca, política de control de estupefacientes, prohibición.

400. Niedzwiecki, Marina (1999). **Cadena perpetua a la Publicidad engañosa.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Marco Legal).

Palabras clave: Agencias de publicidad, COMFER, jurisprudencia, legislación, marco legal, pautas de contratación, Publicidad.

## [ O ]

401. Obiglio, Cecilia (2002). **La radiografía de una imagen.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Belleza, comunicación, consumo, cuerpo, discurso publicitario, imagen femenina, Publicidad.

402. Ojeda, María Sol (2003). **Una cuestión de imagen. La política mediatizada.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación Política).

Palabras clave: Campañas de comunicación, comunicación política, cultura de la imagen, estrategias de comunicación, televisión.

403. Oliveira, Karina (1999). **Una sociedad que no envejece.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Capitalismo, consumidores, cultura, discurso publicitario, marketing de la vejez, medios de comunicación, mitos, nuevas tecnologías, segmento de mercado, vejez.

404. Oller, María Belén (1996). **El espejo del marketing directo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Directo).

Palabras clave: Comunicaciones integradas, consumidores, correo directo, interactividad, Internet, marketing, base de datos, marketing directo, merchandising, promoción, Publicidad, redes informáticas, tecnología, telemarketing.

405. Olleros, María Cecilia (2002). **El nuevo varón postmoderno en la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Consumo, discurso publicitario, imaginario social, masculinidad, medios de comunicación, moda, Publicidad, posmodernidad.

406. Oltolina, Valeria (2002). **Los envases y las nuevas tecnologías.**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).

Palabras clave: Comercialización, compras online, consumidores de Internet, distribución, e-commerce, envases virtuales, Internet, productos, servicios.

407. Orcajada, María Noel (2003). **La tercera dimensión el bien público.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Bien Público).

Palabras clave: Bien público, capital social, comunicación, instituciones de bien público, ONG's, tercer sector.

408. Origoni, Alejandro (2002). **Las Relaciones Públicas en la República Argentina.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Comunicación, imagen, lobby, opinión pública, posmodernidad, públicos, Relaciones Públicas.



## [ P ]

409. Orlando, Julieta (2000). **Sponsor, una jugada de taquito**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Sponsorización).

Palabras clave: Auspicio, estrategias de marketing, fútbol, marcas, medios de comunicación, medios gráficos, patrocinio, promociones, Publicidad, radio, sponsorización, televisión.

410. Ortega, Damiana (2003). **La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Vía pública).

Palabras clave: Campaña electoral, consultoría política, estrategias de comunicación, imagen del candidato, manipulación, marketing político, medios de comunicación, propaganda, Publicidad política, Campañas Legislativas, Campañas Presidenciales.

411. Oscaris, Hernán (2001). **Estética y narrativa en la TV Argentina de los '90.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Géneros televisivos, narrativa televisiva, posmodernidad, programación, televisión.

412. Otaño, Tomás Carlos (2002). **El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Audiencia).

Palabras clave: Agencias de publicidad, anunciantes, audiencias, auditoría, brokers de medios, centrales de medios, medición de audiencia, medios de comunicación, nuevas tecnologías, people meter, rating.

413. Otegui, Romina (2001). **El posicionamiento del turismo argentino.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Turístico).

Palabras clave: Comunicación turística, consumidor, mercado turístico, mercadotecnia, moda, patrimonio, posicionamiento estratégico, turismo interno, turismo receptivo.

414. Otero, Diego M. (1999). **Las Relaciones Públicas como herramienta.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Empresa inteligente, globalización, inteligencia competitiva, issues management, management, Relaciones Públicas.

415. Palermo, María de la Paz (2003). **Made in casa. Marcas propias.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Consumo).

Palabras clave: Canales de distribución, competencia, consumidor, globalización, lealtad, marcas propias, supermercados, tendencias de crecimiento.

416. Panattoni, Sebastián (2003). **Proyecto Mediados.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Medios).

Palabras clave: Comunicación, medios, plan de negocios, PyMÉS.

417. Pane, Vanessa Julieta (2004). **El tango en el mundo contemporáneo.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Música).

Palabras clave: Tango, Gardel, cultura, valor, identidad, icono cultural, identificación.

418. Paniagua, Darío (1995). **La computación en el proceso creativo.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Creatividad).

Palabras clave: Computación, creatividad, diseño, infografía, multimedia, target.

419. Panossian, Carolina Vanesa (2003). **Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Antimarketing, cambio de imagen, comunicación, crisis, discurso político, estrategia de comunicación, feminismo, género y status, Relaciones Públicas.

420. Parella Terriel, Alejo (2000). **Imagen de artistas de rock.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).

Palabras clave: Imagen de rock, managers, medios de comunicación, merchandising, música, packaging, prensa, promoción, Publicidad, público, Relaciones Públicas, rock.

421. Parotti, Luciana (2002). **Las Relaciones Públicas en las empresas de eventos.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Clasificación, eventos, grupos secundarios, líderes de opinión, planificación, públicos Interno y externo, Relaciones Públicas, roles, status.

422. Parra Barbero, Fernando (2002). **Publicidad rechazada o rechazo a la Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Creatividad, cultura publicitaria, eficacia publicitaria, ética, Publicidad, rechazo.

423. Passerini, Mauricio (2004). ***El discurso psicológico en Publicidad.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso publicitario).

Palabras clave: Publicidad, psicología motivacional, conductismo, teoría del aprendizaje, posicionamiento, cultura, psicología social, deseos, necesidades, motivación, inconsciente, identidad, representaciones sociales.

424. Pastore, Pablo (2003). ***Estilo creativo argentino vs. estilo creativo brasileiro.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (creatividad).

Palabras clave: Creatividad, creatividad publicitaria, estilo creativo, cultura, identidad, colonización, inmigrantes, pobreza, cultura global, rasgos culturales.

425. Paternó, Juan Ignacio (2003). ***La campaña política no cesa.***

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación Política).

Palabras clave: Campaña política, comunicaciones integradas, comunicación política, cultura visual, democracia, propaganda política.

426. Patrón Sánchez, Verónica (1997). ***Serás flaca o no serás nada.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Campañas de comunicación, cuerpo, diagnósticos, discurso publicitario, enfermedad, estilos de vida, moda, Publicidad, valores estéticos.

427. Paur, Verónica (2002). ***La moda y la política.***

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Asesoría de imagen, comunicación, indumentaria, medios masivos de comunicación, moda, opinión pública, política.

428. Pecini, Inés (2003). ***Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Consumo).

Palabras clave: Afiche vía pública, adolescentes, aviso gráfico, bebidas alcohólicas, cartel, consumo, indumentaria, moda, personaje publicitario.

429. Pedevilla, Albano (2001). ***Marketing farmacéutico.***

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Farmacéutico).

Palabras clave: Campañas de comunicación, comunicación, ética, imagen institucional, marketing, mercado farmacéutico, Relaciones Públicas empresariales.

430. Pedreschi, Romina (2000). ***La Publicidad argentina de los '90 como espectáculo.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Cine, consumo, espectáculo, discurso publicitario, espectador, estética televisiva, Publicidad, tanda, televisión.

431. Pelliza, Mariano (2004). ***Marcas propias en supermercados.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Marcas (Marcas propias).

Palabras clave: Marcas propias, marcas nacionales, negociación, cadena de distribución, proveedor, consumidor, supermercados, marcas fuertes.

432. Perales del Castillo, Fernanda (2003). ***Moda 100% argentina.***

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).

Palabras clave: Cultura, crisis, diseñadores, identidad, moda, moda cultural.

433. Percal, Tamara (2001). ***Los hijos del consumo.***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Consumidor infantil, consumo, mercado de niños, Publicidad, televisión.

434. Pereyra, César (2001). ***Issues management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.***

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Management).

Palabras clave: Issue del medio ambiente, issue management, management, planeamiento estratégico, responsabilidad social, sector petrolero.

435. Pereyra Moine, Luz (2002). ***Mujeres al poder: La mujer y el management.***

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevos Profesionales (Management).

Palabras clave: Comunicación, feminismo, inserción laboral, management, roles.

436. Pérez, Felicitas (2003). ***Comunicación con diferentes "Re-Medios".***

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación de productos farmacéuticos, comunicación institucional, industria farmacéutica, medios de comunicación, productos.

437. Pérez, Gustavo (2002). ***El punto de venta.***

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, comunicación de marketing, comunicación publicitaria, consumo, Layout, medios de comunicación, merchandising, packaging, proceso de compra, promoción, punto de venta.

438. Pérez Cuervo, Mariana (2004). **Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación en las Organizaciones no Gubernamentales.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (ONG's).  
Palabras clave: Estado benefactor, sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, tercer sector, comunidad, comunicación, estrategia.

439. Pérsico, Juan (2004). **Publicidad y modelo de exclusión social.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso publicitario).  
Palabras clave: Discurso mediático, inconsciente colectivo, consumo, pobreza, modelos de exclusión, Publicidad.

440. Piazzoni, Cynthia (2002). **Exportar la marca argentina.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Marcas (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación, funciones de la marca, imagen de marca, marca país, posicionamiento, turismo.

441. Piccinini, Ligia (2003). **Comunicación hospitalaria.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Comunicación).  
Palabras clave: Comunicación, educación sanitaria, estrategias de comunicación, procesos de comunicación, sistema de salud, Relaciones Públicas.

442. Piñeiro Olloqui, Romina (2000). **Consumiendo letras. La evolución de las técnicas de redacción publicitaria.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Creatividad, discurso publicitario, géneros narrativos, medios, redacción publicitaria.

443. Pinto, Carla Romina (1999). **Ser o no ser: Como se vende el Teatro en la Argentina.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Cultural).  
Palabras clave: Cultura teatral, industria de la cultura, marketing cultural, marketing de servicios, producción comunicación, imagen institucional, estrategias de comunicación.

444. Pizzoglio, Patricio (2004). **Comunicación y marketing político.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Político).  
Palabras clave: Propaganda, campañas electorales, motivación, voto, comunicación política, estrategia electoral, imagen.

445. Planas, Sebastián (2001). **La imagen ecoturística de la Antártida.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Antártida, Base Antártica Esperanza, creadores de imágenes, crisis ambiental, ecología, ecoturismo, identidad corporativa, ONG's, paquetes turísticos, turismo antártico.

446. Plazibat, María Mercedes (2003). **La construcción de la identidad a través de la moda.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Adolescencia, comunicación de masas, lenguaje no verbal, moda, tribus urbanas.

447. Plúgel, Erica Lorena (1998). **Pasión por el fútbol.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Deportivo).

Palabras clave: Discurso publicitario, marketing deportivo, medios, negocio, patrocinador, promociones, Sponsor, tecnología, televisión, Nike, Pepsi, Quilmes.

448. Poblete, Fernando (2002). **La creatividad publicitaria pensada para chicos.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Creatividad).

Palabras clave: Campañas de comunicación, cobranding, consumo, creatividad, licencias, marcas, niñez, Publicidad, televisión, Billiken Club, Mc Donald's.

449. Podestá, Paola (2002). **Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Retórica).

Palabras clave: Discurso político, etimología, nueva retórica, retórica clásica.

450. Polastri, Juliana (1997). **Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Marca (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, cultura, hilados, moda, Sociedad Mapuche, tejidos.

451. Poliak, Karina (1999). **Imagen perfilada.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Corporativa).

Palabras clave: Comunicación, cultura, identidad, imagen corporativa, marketing, Publicidad, Arcor, Nestlé.

452. Poliero, Pablo (2004). **Deliciosa al paladar.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Radios (Publicidad radial).

Palabras clave: Radios, publicidad radiofónica, música publicitaria, spots, publicreportajes, platos radiales.

453. Polliedri, Pablo (1999). **Señales de humor.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: chiste, comicidad, creatividad, discurso publicitario, géneros humorísticos, humor, pensamiento lateral, Publicidad.

454. Portela, Patricia (2001). **Consultoría en imagen y comunicación política.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Político).

Palabras clave: Campañas publicitarias, comunicación política, imagen, marketing político.

455. Portell, Mariana (1998). **Huellas que dejan marcas.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Comunicación).

Palabras clave: Calzado deportivo, comunicación, estrategias de venta, industria del calzado, producto, Alpargatas, Gatic.

456. Portillo, Gonzalo (2002). **Poder en Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, consumo, discurso publicitario, ética, marco legal, muerte, normas sociales, poder, religión, sexo.

457. Potocko, Verónica. **El diseño de moda inspirado en la naturaleza.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas) (2002).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Moda).

Palabras clave: análisis morfológico de indumentaria, diseño, moda, naturaleza, rectángulo áureo.

458. Prat, Eugenia. **El humor aplicado a la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad (1997).

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Humor, discurso publicitario, mecanismo, Publicidad.

459. Prelat, María Mercedes (2004). **El curandero, historia de un hombre solo.**

Licenciada en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Serie de televisión, producción, obra audiovisual, proyecto, brief, preproducción, posproducción, diseño argumental, sinopsis, guión literario, diseño de arte, prensa.

460. Prina, Alejandro (2003). **Estado del arte. Comunicación global.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Agencia global, alianzas económicas, campañas de comunicación, Comunicación, consumidores, economía mundial, marketing global, patterns.

461. Pronzato, Victoria (2003). **Stanley Kubrick: Cine intelectual.**

Diseñadora de Imagen y Sonido.

Línea: Medios (Cine).

Palabras clave: Análisis filmográfico, biografía, cine, directores cinematográficos, técnicas de filmación, George Lucas, Steven Spielberg.

462. Pulli, Darío Martín (2002). **Envases flexibles e impresión flexográfica.**

Diseñador de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Envases).

Palabras clave: Costos, envases flexibles, flexografía, materiales, mercados locales, sistemas de impresión.

## [ Q ]

463. Querciotti, Mariela. **Los modelos corporales del discurso publicitario.**

Licenciada en Publicidad (2001).

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Comunicación, consumo, discurso publicitario, moda, modelos corporales, Publicidad.

464. Quiroga, Sol (1999). **La trastienda.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Campañas de comunicación, democracia, dictadura, ética, Fuerzas Armadas, Malvinas, medios de comunicación, Proceso de Reorganización Nacional, propaganda política, publicidad estatal.

## [ R ]

465. Raisman, Ricardo (1997). **La Internet y sus influencias.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Internet).

Palabras clave: Audiencia, competitividad, comunicación, consumo, éxito, globalización, herramientas de comunicación, Internet, lenguaje, Publicidad, usuarios.

466. Ramírez, Karina (2002). **La seducción del perfume.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Colores, comunicación, envases, fragancia, identidad corporativa, packaging, producto.

467. Ramírez, María de las Mercedes (2002). **Dos revistas y su banda.**

Diseñadora Editorial.

Línea: Medios (Editorial).

Palabras clave: Diseño, editorial, estética del rock, medios de comunicación, revistas, rock, tribus urbanas, Ray Gun, Rolling Stone.

468. Ramírez, María Gabriela (1995). **Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea.**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Comunicación, envases, estrategias, funciones, manual corporativo, marca, marketing, packaging.

469. Ramírez, Ramiro (2004). **Unheimlinch, cine de terror:**

Licenciado en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).  
Línea: Medios (Cine).

Palabras clave: Angustia, terror, Super - Yó, unheimlich, ominosidad, fantasía.

470. Ramognini, Victoria (2004). **Auditoria de imagen en el sector público: una herramienta para la prevención de crisis.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).

Palabras clave: Comunicación, comunicación corporativa, crisis, gobierno, auditoría, sector público.

471. Rampoldi, María Florencia (2002). **Modelos de éticidad que formula la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Ética).

Palabras clave: Arquetipos, estado, ética, marketing, mercado, Publicidad.

472. Ranchilio, Marcela (2002). **El diseño de interiores a fin de siglo.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Muebles).

Palabras clave: Diseñadores, estilo, masificación, mobiliario, sociedad globalizada.

473. Rastatter, Sebastián (2002). **Televisión interactiva. El medio del futuro.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Televisión).

Palabras clave: Comunicación, Internet, nuevas tecnologías, televisión interactiva.

474. Ratto, Javier (2002). **Un cambio en las reglas de juego.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: capitalismo, comunicación, e-commerce, estrategias, globalización, industrialización, marketing, mercados, mercantilismo, nichos de mercado, Publicidad.

475. Ravettini, Ezequiel (2002). **Las Relaciones Públicas en la red.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Internet).

Palabras clave: Comunicación, comunicación corporativa, Internet, medios de comunicación.

476. Renner, Camila Zoe (2003). **El MALBA: Innovación arquitectónica en función del arte.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Museos).

Palabras clave: Almacenaje, arquitectura efímera, cultura, espacio, museo, tipologías arquitectónicas.

477. Repetto Benavides, Matías (2004). **Proyecto Argentina diseño integral. Argentina Textil / Argentina Gráfica / Argentina Industrial / Argentina Multimedial.**

Diseñador de Imagen Empresaria.

Línea: Marcas (Marca país).

Palabras clave: Identidad, diseño argentino, identidad visual, programa visual, señalización, resto bar, galería, manual de normas, submarcas, partido gráfico.

478. Rey, María Florencia (2002). **La responsabilidad social de la Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: comunicación masiva, discurso publicitario, manipulación, publicidad, responsabilidad social.

479. Ridner, Débora (1997). **El marketing directo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Directo).

Palabras clave: Comunicación, consumidores, estrategias de marketing, marketing directo, producto, Publicidad, tabaco, telemarketing.

480. Riemer, Diego (1999). **La imagen distorsionada.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Anorexia, bulimia, consumo, cuerpo, cultura, dietética, discurso publicitario, distorsión, deseo, estética, hedonismo, moda, narcisismo, Publicidad, Clínica Cormillot, Kellogg's, Lose&Fast, Para Ti, Sail, Slim.

481. Riera, Paula Gimena (2003). **Hollywood en las tandas.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Cine publicitario).

Palabras clave: Creatividad, discurso audiovisual, géneros cinematográficos, lenguaje publicitario, spot publicitario, tendencias.

482. Riu, Germán (2003). **Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso publicitario).

Palabras clave: Consumidor, creatividad, eficacia publicitaria, estereotipos publicitarios, subliminal.

483. Rivas Francisco, Claudia (2002). **Cambios de hábitos.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Consumo, discurso publicitario, hábitos de consumo, marca, mercado, Publicidad.

484. Riverós, María Dolores (1997). **Marketing de juguetes.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Segmento Etéreo).

Palabras clave: Comunicación, consumo, juguetes, marketing, niños, Publicidad, segmento etéreo, shows.

485. Roca, Yanina (2000). **Las máscaras de la posmodernidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Consumo, cosmética, cultura, discurso publicitario, estética, feminismo, moda, posmodernidad, Publicidad.

486. Rodríguez, Alicia. **La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Identidad corporativa).

Palabras clave: Diseñadores, globalización, identidad corporativa, industria textil, Mercosur, nuevas tecnologías.

487. Rodríguez, Andrea (2001). **¡Buena presencia excluyente!**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Estratégico).

Palabras clave: avisos, comunicación, consultoras, ejecutivo, estado, ética, marketing de imagen, marketing educacional, marketing estratégico, mercado laboral calificado, productividad, profesionales, Publicidad, Relaciones Humanas, rentabilidad, revolución tecnológica.

488. Rodríguez, Consuelo (2000). **Vivir mejor es una elección.**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Competencia envases, embalaje, estrategias de comunicación, marca, medicinas alternativas, marketing, mercado, nicho, packaging, punto de venta.

489. Rodríguez, Ignacio Sebastián. **La comunicación filantrópica en Argentina.**

Licenciado en Publicidad (2001).

Línea: Medios (Comunicación Filantrópica).

Palabras clave: Campañas de bien público, comunicación, fenómeno mediático, filantropía empresarial, marketing social, ONG's, Publicidad.

490. Rodríguez, María Agustina (2002). **Rock y moda.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Instituciones (Moda).

Palabras clave: Adolescencia, identidad, marcas, moda, rock, tribus urbanas.

491. Rodríguez, María Luján (2002). **Imagen de marca: Patagonia Sur.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Marca (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Comunicación, estrategias de comunicación, identidad corporativa, identidad de marca, identidad visual: logotipo / isotipo, imagen de marca, Publicidad, turismo, valor de marca.

492. Rodríguez, Nancy Fernanda (2004). **Yo, tú, él... nosotros. La comunicación interpersonal.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Comunicación).

Palabras clave: Escuelas de comunicación, axiomas de

la comunicación, organización, grupo, liderazgo, cultura organizacional, recursos humanos, motivación, equipos, deseo, marketing, servicio, interacción social, clima interno.

493. Rodríguez, Roxana. **La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.**

Licenciada en Publicidad (1998).

Línea: Medios (Estrategia Publicitaria).

Palabras clave: Competencia, estrategia publicitaria, juegos de azar, marketing, masificación, promociones, sociedad, televisión.

494. Rodríguez Menzer, Leticia (2003). **La transformación de los medios de comunicación en herramientas propagandísticas durante la guerra en Irak.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organismos / Instituciones (Opinión Pública).

Palabras clave: Manipulación de la información, medios de comunicación, opinión pública, propaganda.

495. Rodríguez Presedo, Laura (2002). **Packaging de exportación.**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Consumo, crisis, diseño, economía mundial, envases, exportación de agroalimentos, Mercosur, packaging, sector agropecuario.

496. Rogato, Rosana. **Escalando las mentes.**

Licenciada en Publicidad (2002).

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Consumo, estrategias publicitarias, marketing turístico, Publicidad, spots turísticos, televisión, turismo aventura, turismo deportivo, John L. Cook, Marlboro, Milka, Telefónica.

497. Róis, Carolina. **Satisfacción como diferenciador.**

Licenciada en Relaciones Públicas (2003).

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Corporativa).

Palabras clave: Imagen corporativa, marketing one to one, negocio, satisfacción del consumidor, tecnología de la información, Empresa: Microsoft.

498. Rojo, Marcela (2000). **Estrategias de comunicación institucional.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevos Profesionales (Comunicación Institucional).

Palabras clave: Acciones de servicios, comunicación externa, comunicación institucional, estrategias de comunicación, imagen corporativa, planificación en Relaciones Públicas, posicionamiento, sistemas informáticos, IBM, Indra, NCR, Siemens, Unisys.

499. Rolando, Sebastián E. (2002). **PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Audiencia, auditoría, crisis, eficacia, publicidad no tradicional, sinergia, tanda televisión.

500. Román, Verónica (2003). **Moda, identidad y consumo.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Marca (Consumo).

Palabras clave: Belleza, consumo, feminismo, marca, moda, planificación estratégica, tendencias.

501. Romero, Paula (2002). **Segmentación vs. discriminación.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, comportamiento del consumidor, consumo, discriminación, discriminación social, imagen de marca, modelos publicitarios, nicho, segmentación.

502. Rossi, Gabriela (2000). **El cable en primer plano.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión por cable).

Palabras clave: Audiencia, consumo, medición, pauta publicitaria, Publicidad, señales satelitales, televisión por cable.

503. Rouffet, Dominique (2003). **Las Relaciones Públicas y la actividad diplomática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones Públicas al servicio exterior.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Diplomacia, Mercosur, integración cultural, ALCA, prensa, relaciones gubernamentales, comunidad, público interno, management, eventos, relaciones humanas, cancillería.

504. Rozenwasser, Marcela (2003). **Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte del problema.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Actividades científicas, actividades solidarias, comunicación, Fundación Huésped, OMS, salud.

505. Rozier, Carolina (2002). **Veo, Veo. Lencería.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Ropa Interior).

Palabras clave: Lencería, moda, primera piel, ropa interior, seducción, sexualidad.

506. Ruano, Wanda (2004). **La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Materiales).

Palabras clave: Ushuaia, núcleos urbanos, bosques, recursos, diseño, naturaleza, cultura, modelo.

507. Rubaja, Iris (2001). **Packaging. El marketing de los sentidos.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Consumidor, diseño, envases, envases ecológicos, envases reciclables, imagen, marca, packaging, promoción.

508. Ruggieri, Silvana (2000). **Alma, lencería femenina.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Marca (Ropa Interior).

Palabras clave: Diseño, erotismo, estrategias de mercado, indumentaria, isotipo, logotipo, marca, marketing, ropa interior, seducción, sexualidad.

509. Ruiz, Lucas Matías Enrique (2003). **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Humor).

Palabras clave: Humor, Publicidad, transgresión, rol social.

510. Ruiz, Rodrigo Hernán (2003). **La efectividad en la creatividad publicitaria.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Creatividad).

Palabras clave: Anunciante y receptor, comunicación de masas, creatividad efectiva, discurso publicitario, medios de comunicación, semiótica de la imagen.

511. Russo, María Fernanda (2001). **La fotografía publicitaria.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Fotografía).

Palabras clave: Daguerrotipo, fotografía, iconos, impresionismo, pictorialismo, símbolos, surrealismo.

512. Russo, Pablo. **El medio como edificio.**

Licenciado en Publicidad (1999).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Vía Pública).

Palabras clave: Marketing, negocio, Publicidad exterior, tecnología, tendencia global, vía pública.

## [ S ]

513. Sacco, Sebastián Carlos (2004). **Sexos en guerra, ¿aprieta y gana? Programas de televisión.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Televisión, programas, sexo, discurso, ética, imagen, moda.

514. Salcovich, Fabiana (2002). **Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Discurso publicitario, estrategias de comunicación, liderazgo, religión, técnicas de persuasión.

515. Saliba, Mariela (2001). **La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Fotografía).

Palabras clave: Argumentación, connotación, creatividad, denotación, estética, fotografía, imagen, lenguaje, retórica, Benetton, Diesel.

516. Sallenave, Eduardo (2002). **Vida privada y Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, consumo, posmodernidad, privacidad, promoción, publicidad.

517. Sammartino, María Laura (2003). **Un mercado en crisis. Diseño y producción textil y de indumentaria.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Moda).

Palabras clave: Comunicaciones integradas, crisis económica, estrategias, globalización, marxismo, moda, Mercosur, Plan de Convertibilidad, posmodernidad, prêt à porter, tiendas de modas, situación política y económica de la Argentina en los '90.

518. Sánchez, Silvina Laura (2003). **Ética profesional y Relaciones Públicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Ética).

Palabras clave: Contexto cultural, crisis, ética profesional, raíces culturales, Relaciones Públicas.

519. Sánchez Botello, Laura (1999). **Internet.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).

Palabras clave: Chats, comunidades virtuales, e-mail, fibra óptica, Internet, muds, multimedia, nivel económico, nivel político, nivel social, red, tecnología, web.

520. Sánchez Vila, Marina (2003). **Imagen institucional del Jardín de Infantes St. Martin in the Fields.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Imagen institucional).

Palabras clave: Públicos, imagen, identidad visual, logotipo, isotipos, jardín de infantes, acción comunicativa.

521. Sandoval, Gonzalo (2002). **El Jazz en la Argentina.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación).

Palabras clave: Campaña de comunicación, comunicación, identidad corporativa, espectáculo, mercado musical reposicionamiento.

522. Santillán, María Candelaria (2003). **Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyMEs argentinas de servicios del 2000.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Corporaciones, mercados de consumo, productos, PyMEs, Relaciones Públicas, servicios.

523. Saralegui, Mariana (2001). **Hoy arte y Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Arte, arte verbal, comunicación, dis-

curso artístico, discurso publicitario, imagen, percepción, producto, psicología, Publicidad.

524. Sardi, Florencia (2002). **TIC's en el ámbito empresarial. Tecnologías de Información y Comunicación.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicaciones).

Palabras clave: Comunicación corporativa, comunicación interna, comunicación organizacional, estrategias de comunicación, organización empresarial, organizaciones inteligentes, caso NEC.

525. Sastri, Alejandro (2001). **Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Marcas (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Bartender, bebidas espirituosas, coctelería, comunicación, consumidor, discurso publicitario, diseño, estrategias de venta, ética generación "x", generación "y", juventud, lealtad comercial, marcas, marco legal, mensaje publicitario, mercado, moda, vida nocturna, posicionamiento, estratégico, Publicidad.

526. Scalise, Valeria Lorena (1997). **Proyecto Comblor.**

Diseñadora de Packaging.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Packaging).

Palabras clave: Competencia, consumo, diseño, empaque, envases, marca, mercado alimenticio, packaging, producto, snacks.

527. Scaramella, Julieta (2000). **Consumo de tabaco y restricciones a su Publicidad.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Adicción, adolescencia, consumo, juventud, legislación, Publicidad.

528. Schab, Ana (2002). **¿Qué ves cuando me ves? Juventud y Televisión.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Código de la imagen, consumo cultural, estética de la imagen, juventud, lenguaje de la imagen, Publicidad, sociedad global, televisión.

529. Schejtman, Clarisa (1999). **Relaciones Públicas en la sociedad civil Argentina.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Estado benefactor, estrategias de comunicación, marketing filantrópico, medios de comunicación masivos, Relaciones Públicas, sociedad civil, sponsorización, tercer sector.

530. Sciatti, Nicolás (2001). **Un lugar deseado.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing turístico).

Palabras clave: Campañas de comunicación, estrategias de comunicación interna y externa, mapa de públicos, reposicionamiento de la imagen.



531. Sciola, María Victoria (2002). **Espejismos de plata. Identidad Nacional Argentina.**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Nacional).  
Palabras clave: Cultura organizacional, discurso de identidad, identidad nacional argentina, identidad organizaciones, identidad social, marca Argentina.
532. Scioscia, Carla Andrea (2004). **La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.**  
Diseñadora de Interiores.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Iluminación).  
Palabras clave: Luz, percepción visual, luz artificial, colores, percepción, iluminancia, magnitudes luminosas, civilizaciones occidentales, civilizaciones orientales, luz natural, luz artificial.
533. Scolnic, Sabrina (2002). **La compra de espacios en medios. Claves para una óptima negociación.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Audiencia).  
Palabras clave: Agencias publicitarias, audiencias, anunciantes, brokers, centrales de medios, negociación en medios.
534. Scuka, Hernán Diego (2001). **Cómics y Cartoons en la Publicidad.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Cartoons, cómics, comunicación, discurso publicitario, mensaje publicitario, mitos.
535. Secchi, Mariela Celina (2003). **El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto argentino.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Marcas (Consumo).  
Palabras clave: Comportamiento del consumidor, marcas locales y globales, revalorización de la marca nacional.
536. Selva, Diego (2003). **La era de despidos masivos.**  
Licenciado en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).  
Palabras clave: Cambio organizacional, comunicación estratégica, crisis, desempleo, relaciones laborales, Relaciones Públicas.
537. Seriani, Jorge (2002). **La Publicidad como espectáculo.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Creatividad, crítica, discurso publicitario, espectáculos, espectadores, publicidad, televisión.
538. Sgattoni, Martín (1999). **El mito andrógino.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Conductas, consumo, discurso publicitario, identidad, mito, mito andrógino, moda, roles, sexualidad, vínculos, Be, Calvin Klein, One.
539. Shalom, Nurit (2002). **Cuando los vientos de cambio soplan...**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).  
Palabras clave: Comunicación crisis, crisis, estructuras familiares y empresariales, management, planificación, PyMEs familiares, rumor.
540. Silvetti, María (2002). **Para Ti. Evolución del diseño y la mujer actual.**  
Diseñadora Editorial.  
Línea: Medios (Editorial).  
Palabras clave: Competencia, diseño, editorial, mediamorfosis, mercado editorial, revistas, Para Ti.
541. Simonassi, Ana Lorena (2003). **Responsabilidad Social Empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).  
Palabras clave: Comunicación, contrato social, crisis, Estado benefactor, público, responsabilidad social, stakeholders, tercer sector.
542. Simonelli, Carolina (2003). **Publicidad. El octavo arte.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Publicidad).  
Palabras clave: Arte, artistas gráficos, juventud, mecenazgo, Publicidad.
543. Slatkis, Valeria (2002). **Los años '50. El fotoperiodismo.**  
Diseñadora Editorial.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Fotografía).  
Palabras clave: Acto fotográfico, diseño editorial, fotografía, fotoperiodismo, percepción, revistas.
544. Sleizer, Daniel (1996). **La influencia del satélite en cable.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Nuevas Tecnologías (Televisión).  
Palabras clave: Audiencia, fenómeno social, rating, satélite, tecnologías, televidentes, televisión por cable, televisión satelital.
545. Sliwkin, Marcelo Javier (2004). **Tango / 04 - Comunicando País.**  
Licenciado en Relaciones Públicas.  
Línea: Marcas (Marca país).  
Palabras clave: Marca país, identidad, imagen, imagen país, crisis, turismo, tango, ferias.
546. Somalo, Marianella (2000). **Familia y Publicidad en la posmodernidad**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Discurso Publicitario).  
Palabras clave: Consumo, discurso publicitario, estructura, evolución, familia, individualismo, modernidad, posmodernidad, Publicidad, spots, spots posmodernos, televisión familiar, televisión posmoderna.

547. Sommaruga, María Agustina (2003). **Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.**  
Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Estética).  
Palabras clave: Anorexia, bulimia, obesidad, medios de comunicación, moda, Publicidad, trastornos alimenticios.
548. Soriano, Diego Hernán (2003). **Publicidad: su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Consumo).  
Palabras clave: Adolescencia, adicción, comunicación, consumo, dependencia, mercado del tabaco, Publicidad, restricciones a la Publicidad.
549. Sosa Caballero, María Gabriela (1996). **La Publicidad que vende Publicidad.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Agencias de Publicidad).  
Palabras clave: Agencias de publicidad, anunciantes, clientes, comunicación, creatividad, marketing, Publicidad.
550. Soto, Juan Diego (2003). **Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Humor).  
Palabras clave: Contexto social, creatividad, comunicación, humor, límites, procesos creativos.
551. Souriguez, Facundo (2003). **Comunicación corporativa. La comunicación como herramienta de gestión.**  
Licenciado en Relaciones Públicas.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación Corporativa).  
Palabras clave: Comunicación corporativa, comunicación estratégica, comunicación institucional.
552. Spina, María Elcira (2002). **Cirugía estética. La cosmética del siglo XXI**  
Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Comunicación).  
Palabras clave: Belleza, cirugía estética, comunicación, imagen externa, mercado estético, prensa, prensa femenina.
553. Spini, Romina (2004). **Publicidad interactiva.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Publicidad).  
Palabras clave: Medios, interacción, publicidad de respuesta, discurso publicitario, zapping, PNT, comerciales interactivos, medición, televisión interactiva, televisión digital, convergencia.
554. Srajo Rocco, Leticia (2002). **La mirada indiscreta.**  
Licenciada en Comunicación Audiovisual (Cine y TV).  
Línea: Medios (Ética).  
Palabras clave: Cámara oculta, cámara sorpresa, deontología periodística, espectador, ética, normativa jurídica, nuevas tecnologías, reality show, talk show, televisión, tipos de cámaras, voyeurismo.
555. Stafforini, Agustina (2003). **Plan de comunicaciones integradas: Caso Maxima AFJP**  
Licenciada en Relaciones Públicas.  
Línea: Medios (Comunicación).  
Palabras clave: Acciones, diagnóstico de situación, estrategias de comunicación, metas, objetivos, plan de beneficios.
556. Stagnaro, Mauricio (2003). **Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.**  
Licenciado en Publicidad.  
Línea: Medios (Comunicación).  
Palabras clave: Adolescencia, alcohol, comunicación, consumo, drogas, Estado, Publicidad, tabaco.
557. Stein, Marina (2002). **El Shopping Center. Un mundo de sensaciones.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).  
Palabras clave: Consumo, crisis, estética, estrategias de venta, marketing, mercado on line, moda, outlet, Publicidad, shopping, turismo.
558. Stettlet, Paula (1999). **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Sponsorización).  
Palabras clave: Consumo, entretenimiento, fútbol, globalización, marketing, merchandising, negocio, Publicidad, sponsorización, televisión.
559. Stisman, Silvina (2002). **Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y Publicidad.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Imagen).  
Palabras clave: Campañas de comunicación, consumo, estereotipos femeninos, imagen, juventud, mito, moda, Publicidad, vejez, vestimenta, Kosiuko, María Vázquez, Tucci.
560. Stolarz, Betiana (2003). **La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Medios (Televisión).  
Palabras clave: Consumo, consumo mediático familiar, Los Simpson.
561. Stoppel, Jessica (2003). **Marketing farmacéutico.**  
Licenciada en Publicidad.  
Línea: Empresas / Instituciones / Organizaciones (Marketing farmacéutico).  
Palabras clave: Mercado farmacéutico, públicos, visitador médico, segmentación, medios, comunicación, Publicidad.
562. Straffezza Olaizola, Severo (2001). **Construcción de la imagen política del candidato en la televisión.**  
Licenciado en Publicidad.

# [ T ]

Línea: Medios (Comunicación Política).

Palabras clave: Campañas políticas, candidato político, comunicación política, discurso publicitario, imagen, televisión, televisión como líder de opinión, televotante.

563. Straijer, Martín (2001). **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Consumidores, discurso publicitario, emociones, géneros publicitarios, humor, medios Audiovisuales, medios auditivos, medios visuales, Publicidad, slice of life.

564. Suárez, Mariana Laura (1998). **Lo más profundo de lo superficial.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Político).

Palabras clave: Creatividad, estrategia, marketing político, propaganda.

565. Sucheras, Rafael (2003). **El lado publicitario de la música.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Música).

Palabras clave: Compañías discográficas, crisis discográficas, industria musical, música publicitaria.

566. Suraniti, Ariel Pablo (2004). **La globalización en la Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Globalización).

Palabras clave: Globalización, Publicidad, imagen, medios.

567. Surribas, María Florencia (2004). **El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Locales).

Palabras clave: Vino, bebidas, turismo, bodega, visitantes, renders, idea rectora, turismo enológico.

568. Swinyard, José Luis (2002). **Crisis. La oportunidad escondida.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).

Palabras clave: Consumidores, crisis corporativa, estrategias de comunicación, imagen corporativa, Aguas Villa del Sur.

569. Szalai, Federico (2002). **El humor como técnica creativa.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Creatividad).

Palabras clave: Cine, creatividad, discurso publicitario, humor, humor publicitario, Publicidad, recurso.

570. Tabak, María (2001). **La belleza como adicción.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Medios (Moda).

Palabras clave: Adicción, belleza, comportamiento alimentario, estética, feminismo salud, moda, vestimenta.

571. Taddei, Elisabet (1999). **La psicología social.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevos Profesionales (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Estrategias de las relaciones humanas, ética, liderazgo, moral, motivación, psicología social, público interno, Relaciones Públicas.

572. Tagliani, Hernán (1999). **El sida en los medios de comunicación.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Imágenes).

Palabras clave: Campañas de bien público, Consejo Publicitario Argentino, cultura, educación, Estado, estrategias de comunicación, imágenes, marketing social, planificación, Sida.

573. Tagliani, Juan Ignacio (2004). **La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.**

Diseñador Publicitario.

Línea: Medios (Campañas de bien público).

Palabras clave: Accidentes de tránsito, mensajes, bien público, Publicidad, diseño gráfico, piezas, prevención, mensajes persuasivos, actitudes, percepción.

574. Tamagni, Karina (2001). **El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Imágenes).

Palabras clave: Alcohólico, ética, imágenes, juventud, medios de difusión, mercado, moral, Publicidad.

575. Tapia, Carolina (2001). **Pauta invasiva. La Publicidad en la vida privada.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Contaminación pública, ética, marcas, mensajes personalizados, pauta invasiva, privacidad mediatizada, Publicidad.

576. Targize, Verónica (2002). **Imagen empresaria en los servicios públicos.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Institucional).

Palabras clave: Cliente, consumo, imagen de empresa, imagen institucional, Ley de Defensa del Consumidor, normas legales, servicios públicos, usuario, servicios de energía eléctrica.

577. Tarnaruder, Mariela Ariela (2004). **El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Viviendas).

Palabras clave: Urbanización, inmigración, hotel de los inmigrantes, política migratoria, conventillos, estética edilicia, densificación, complejos habitacionales.

578. Tartarelli, Diego (2003). **La temeraria señorita ética.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Ética).

Palabras clave: Comunicación publicitaria, consumo, ética empresarial, imaginario social, entes reguladores.

579. Tavello, Mariana (2002). **El mercado de los niños.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo Infantil).

Palabras clave: Comunicación, consumidor infantil, Publicidad, puntos de venta.

580. Taverna, Agustina (2003). **Aires Pop.**

Diseñadora de Interiores.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Imágenes).

Palabras clave: Arte pop, diseño pop, imágenes, medios de comunicación de masas.

581. Terranova, Rosana (2002). **La perdurabilidad de la imagen (sociedad posmoderna).**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen Empresaria).

Palabras clave: Comunicación, construcción de la imagen, globalización, imagen empresaria, modernidad, opinión pública, paradigma, perdurabilidad, poder, posmodernidad, producto, socialización, valores.

582. Terzano, Martín Gabriel (1998). **La evolución del departamento de medios.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Departamento de Medios).

Palabras clave: Departamento de medios, estrategias de medios, funcionamiento, glosario de medios, planificación.

583. Toledo, Ulises Carlos (2002). **Un análisis al análisis de medios.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Análisis Comparativo).

Palabras clave: Agencias, análisis comparativo, audiencias, centrales de medios, competencia, estrategia, marketing mix, planificación, targeting.

584. Tomassini, Sebastián (2004). **Aliados de la Publicidad.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Isologos, percepción visual, identidad visual, persuasión publicitaria, señalética, tipografía, cromatismo, símbolo, pictograma, manual de normas, packaging, color, envases, cartón, acabados, plástico, vidrio, envases metálicos, decoración, diseño editorial, periódico, revistas, vía pública, fotografía, luz.

585. Torre, Vanina (2004). **Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Materiales).

Palabras clave: Cuero, materia prima, procesos, curtición, terminación, acabado, residuos, industria del cuero.

586. Torreiro, Christian (2001). **Los avances de programas en la tanda publicitaria.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Avances de programas de TV, estrategias de comunicación, multimedia, perfil, programación de televisión, publicidad tradicional, rating, tanda publicitaria, televisión, zapping.

587. Torres Moreno, Carolina. **El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.**

Licenciada en Publicidad (2004).

Línea: Consumo (Imagen).

Palabras clave: Mujer, rol, motivación de compra, persuasión, psicología del automóvil, Ford.

588. Torres Roldán, María Soledad (2002). **Edward Bernays Freud.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Medios (Relaciones Públicas).

Palabras clave: Relaciones Públicas, imagen, historia de las Relaciones Públicas, públicos, Bernays Freud.

589. Tosi, Nicolás (2003). **El sponsor en el fútbol.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Sponsorización).

Palabras clave: Empresarios e intermediarios, espónsor, patrocinio y mecenazgo, medios de comunicación masiva, merchandising, negocio del fútbol.

590. Tribulo, Juliana (2003). **El color en la indumentaria y su influencia en el individuo.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Color).

Palabras clave: Arte, color, comercialización, lenguaje, signo, teoría del color.

591. Trucco, Sofía (2002). **Marketing directo y crisis.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Directo).

Palabras clave: Competencia, consumidores, crisis, desarrollo tecnológico, globalización, herramientas del marketing directo, ventajas del marketing directo.

592. Turner, Patricia (2000). **Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Cine Publicitario).

Palabras clave: Ambiente, cine publicitario, efectos cinematográficos, espectador, identificación, lenguaje cinematográfico, mercado cinematográfico, Publicidad, televisión.

## [ U ]

593. Ubeira Salim, Matías (2004). **Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (comunicación institucional).

Palabras clave: INCUCAI, campañas de bien público, donación de órganos, donante, comunicación, actitud, mensajes.

594. Urabayen, Carla Paola (2001). **Posicionamiento, imagen y estrategias.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing).

Palabras clave: Estrategias de marketing, globalización, imagen, marketing, posicionamiento.

595. Urrutia, Laura Verónica (2002). **Publicidad verde.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Bien público, comunicación, discurso publicitario, ecología, medio ambiente, propaganda, Publicidad, Fundación Vida Silvestre, Greenpeace.

596. Uva, Juliana María (2002). **La fidelidad del consumidor.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Marcas (Consumo).

Palabras clave: Consumo, estrategias, fidelización, marca, marcas blancas o propias, promociones, supermercados.

## [ V ]

597. Vaistub, Vanesa (2001). **Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Campañas gráficas, cosmética, discurso publicitario, ética publicitaria, fotografía, manipulación tecnológica, mito, persuasión.

598. Valcarenghi, Agustín (2004). **La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.**

Diseñador Gráfico Editorial.

Línea: Medios (Editorial).

Palabras clave: Marcas, diseño, diario, fotografía, magazine, imagen, logotipo, cromatismo, diagramación.

599. Valiño, María de las Victorias (1998). **Filmando ideas.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Cine Publicitario).

Palabras clave: Agencias de publicidad, brief, cine publicitario, costos, espectador, producto, productoras.

600. Vardé, María Alejandra (2002). **Juguemos a la tele...**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Comportamiento de juego, escuela mediática, identificación, lenguaje infantil, niñez, sobredosis de televisión, televisión.

601. Vass, Romina Pamela. **Cambio de imagen de la Policía Federal Argentina.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Identidad Corporativa).

Palabras clave: Capacitación al personal, comunicación interna, Estado, identidad corporativa, identidad de la Policía Federal, identidad visual, imagen institucional, públicos de la institución.

602. Vázquez, María Eugenia. **Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.**

Licenciada en Relaciones Públicas (2002).

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Servicios).

Palabras clave: Análisis del medio, espacio público, medios de comunicación, medios gráficos, periodistas, servicios, soporte de comunicación.

603. Vázquez, Mónica (2003). **La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Fotografía).

Palabras clave: Campañas gráficas, comunicación, fotografía, perfume, productos de lujo, Publicidad.

604. Vázquez, Verónica (2003). **La Publicidad y los más pequeños.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Código de Ética y Autorregulación Publicitaria, discurso publicitario, Internet, moda, niñez, restricciones, sexo, televisión, violencia.

605. Vázquez Goizueta, María Florencia (2001). **Internet. Una nueva herramienta de comunicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).

Palabras clave: Comunicación interna, comunicación online, crisis, Internet, Relaciones Públicas online.

606. Vázquez Martínez, Ainoa (2004). **Ainoa: empresa de diseño de indumentaria.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Moda).

Palabras clave: Imagen de mujer, público consumidor, signos, diseños, paleta de color, geometrales, fichas técnicas.

607. Vento, Vanesa Lorena (2004). **Transgénicos, ¿Oposición o simple ignorancia?.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Imagen).

Palabras clave: Organismos genéticamente modificados, ingeniería genética, biotecnología, etiquetado, Greenpeace, alimentación, medio ambiente, campañas, medios gráficos, medios audiovisuales, productos transgénicos, opinión pública.

608. Ventura, Martín (2003). **El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Cortometraje Publicitario).

Palabras clave: Cortometraje publicitario, consumo, costos, géneros, nuevos mensajes publicitarios, públicos.

609. Vereá, Carlos Sebastián (1999). **Hipercomunicación.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Nuevas Tecnologías (Internet).

Palabras clave: Audiencia, comportamiento del consumidor, estrategia de comunicación, Internet, hipercomunicación, nuevas tecnologías, Publicidad.

610. Veronesi, Carlos (1998). **24 horas frente a las noticias.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión por cable).

Palabras clave: Canales de noticias, empresas, imagen, manipulación de la información, multimedios, noticieros, periodismo, señales extranjeras, televisión por cable.

611. Verrier, Julieta (2002). **@Laboratorios. Marketing Farmacéutico.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones. (Marketing Farmacéutico).

Palabras clave: Canales de comunicación, e-business, estrategias competitivas, Internet, marketing farmacéutico, marketing mix, negocio farmacéutico.

612. Verschoor, Eliane (2003). **La gestión de crisis.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Crisis).

Palabras clave: Acciones de comunicación, comité de crisis, crisis, manual de crisis, reacción.

613. Vidal, Luz (2004). **La publicidad subliminal.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Discurso publicitario, ética, imaginario social, lenguaje no verbal, normas legales, publicidad subliminal, receptor, target.

614. Vijnovsky, Hernán (2002). **Canal Nueve, canal nuevo.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Televisión).

Palabras clave: Canales de televisión, Canal 9, campañas, crisis, estrategias de programación, imagen institucional, rating, share, televisión.

615. Villa, Marcela Corina (2002). **Comunicación política en la dictadura y en la democracia.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Nuevos Profesionales (Comunicación Política). Palabras clave: Comunicación política, democracia, dictadura militar, Fuerzas Armadas, propaganda política.

616. Villagra, Verónica (2002). **Exportación de un producto artesanal.**

Diseñadora de Imagen Empresaria.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Mercosur).

Palabras clave: Campaña publicitaria, consumo, estrategias de comunicación, mercado, Mercosur, producto artesanal.

617. Villarreal, Silvana Florencia (2003). **Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Recursos Humanos).

Palabras clave: Crisis, economía, outplacement, outsourcing, tercerización.

618. Vinocur, Ariel (1998). **Canales de distribución. Sector relojero.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing de distribución).

Palabras clave: Canales de distribución, comunicación, estrategias, marcas, marketing de distribución, marketing directo, puntos de venta, sector relojero, servicios.

619. Viola, Martín Pablo (2004). **Circulaciones netas pagadas.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Auditoría).

Palabras clave: Comunicaciones integradas, consumo, estrategias de marketing, medios de comunicación, Publicidad, segmentación de mercado, circulación neta paga.

620. Viñas, Mariana (2002). **La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.**

Diseñadora Editorial.

Línea: Medios (Editorial).

Palabras clave: Autonomía creativa, comunicación, comunicación visual, diseñador gráfico, editorial, Reseña visual, Revista Tipográfica.

621. Vivona, Ana Paula (2002). **La necesidad de lo específico. Marketing directo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Directo).

Palabras clave: Comportamiento del consumidor, comunicaciones integradas, consumo, estrategias de marketing directo, medios de comunicación, método vincular, Publicidad, segmentación de mercado.

622. Volpi, Andrea Vanesa (2001). **Adicción gris. Consumo compulsivo.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Consumo).

Palabras clave: Consumo compulsivo, discurso publicitario, estrategias de comunicación, Publicidad.

## [ W ]

623. Winkler, Gerardo (2000). **Marketing deportivo.** Licenciado en Publicidad.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Deportivo).

Palabras clave: Deporte, espectáculo, sponsorización, fútbol, ídolos, imagen, marketing deportivo, medios de comunicación, política, Adidas, Nike.

624. Wolff, Carolina (2002). **Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing Deportivo).

Palabras clave: Deporte, fútbol, imagen, marketing deportivo, patrocinio, Publicidad, Relaciones Públicas.

625. Wolff, Gabriela (2004). **Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Publicidad).

Palabras clave: Publicidad, consumo, tabaco, adolescentes, publicidad engañosa, publicidad subliminal, marketing, patrocinios, deporte, promociones.

626. Won, María Ester (2004). **El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Nuevos Profesionales (Moda).

Palabras clave: Diseño, producción económica, evolución histórica, vestimenta infantil, indumentaria oriental, fusión oriente.

627. Woscoff, Florencia Paula (2003). **Políticos en campaña, ¿propaganda o Publicidad?**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Medios (Comunicación Política).

Palabras clave: Asesor de imagen, campañas políticas, comunicación política, imagen del candidato, televisión.

## [ Y ]

628. Yahía, Natalia (2002). **El supermercado en la Argentina: Caso Disco.**

Licenciada en Publicidad.

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Consumo).

Palabras clave: Canales de distribución, comunicación, consumo, Internet, marcas propias, Publicidad, supermercado, ventas online, vía pública.

## [ Z ]

629. Zambrano de Belling, Patricia (2001). **Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Marketing turístico).

Palabras clave: Demanda, imagen de marca, marketing turístico, mercadotecnia turística, Relaciones Públicas, plan de acción comunicativa, turismo.

630. Zamit, Gustavo Alejandro (2004). **YPF La comunicación de una empresa privada.**

Licenciado en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación corporativa).

Palabras clave: Identidad cultural, publicidad institucional, publicidad de producto, estrategia, nacional.

631. Zamora, Hernán Diego (2003). **Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Discurso Publicitario).

Palabras clave: Autorregulación publicitaria, consumo, discurso publicitario, ética, medios de comunicación, motivación, percepción, publicidad subliminal.

632. Zanutto, Leonardo Ariel (2003). **Ni el huevo, ni la gallina. Ideas.**

Licenciado en Publicidad.

Línea: Medios (Agencias de Publicidad).

Palabras clave: Agencias de promociones, agencias de publicidad, análisis de mercado, brief de trabajo, competencia, promociones, Publicidad, servicios BTL.

633. Zayas, Mariana (2001). **Si se puede, a casa. Teletrabajo.**

Licenciada en Relaciones Públicas.

Línea: Empresas / Organizaciones / Instituciones (Comunicación).

Palabras clave: Comunicación, globalización, logística, tecnología informática, teletrabajo, Siemens.

634. Zvirner, Tamara (2003). **La influencia del surrealismo en la moda.**

Diseñadora de Indumentaria y Textil (Modas).

Línea: Objetos / Espacios / Imágenes (Accesorios de Moda).

Palabras clave: Accesorios, arte, carteras, Dalí, Delaunay, Miró, moda, Schiaparelli, surrealismo en el arte, en el cine y en la pintura.

**Diseño / Diseño de Imagen Empresaria**

---

4. Abramek, Karen (DIE). **Estética y shopping.**  
.....p.17

27. Angiorama, Carolina (DIE): **Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso Repsol-YPE**  
.....p.18

205. Fernández Pelayo, Anabella (DIE). **Levi's y la discriminación.**  
.....p.30

231. Gay, Josefina (DIE). **Globalización.**  
.....p.32

244. Gómez Martino, María Laura (DIE). **Laboratorios Beta. Su imagen en el mercado farmacéutico argentino.**  
.....p.32

255. Grobocopatel, Natalia (DIE). **Identidad cultural del barrio de La Boca.**  
.....p.33

262. Gugliemetti, Ana Laura (DIE). **Empresa de telecomunicación: La comunicación de una imagen.**  
.....p.34

277. Hokama, Ezequiel (DIE). **Museo etnográfico entre la memoria y la comunicación.**  
.....p.35

341. Machiavelli, Silvina (DIE). **Un país, una empresa: Arcor.**  
.....p.39

363. Massun, Verónica (DIE). **Impacto creativo vs. Imagen Corporativa.**  
.....p.40

397. Nápoli, Horacio (DIE). **El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.**  
.....p.43

410. Ortega, Damiana (DIE). **La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.**  
.....p.44

466. Ramírez, Karina (DIE). **La seducción del perfume.**  
.....p.47

477. Repetto Benavides, Matías (DIE). **Proyecto argentina diseño integral. Argentina textil / Argentina gráfica / Argentina industrial / Argentina multimedial.**  
.....p.48

576. Targize, Verónica (DIE). **Imagen empresaria en los servicios públicos.**  
.....p.54

616. Villagra, Verónica (DIE). **Exportación de un producto artesanal.**  
.....p.57

**Diseño / Diseño de Packaging**

---

35. Arias, Leticia (DPAK). **Pet, pasado, presente y futuro.**  
.....p.19

36. Armiñán Boccardo, Carolina (DPAK). **Bodegas Gian-dinotto.**  
.....p.19

63. Bidegain, Lorena (DPAK). **Envasando paradigmas. El Packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.**  
.....p.21

66. Birolo, María Belén (DPAK). **Color e imagen en los envases Tetra Brik aseptíc.**  
.....p.21

77. Bottarini, Ariadna (DPAK). **Realidad vs. virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.**  
.....p.22

86. Bugnone, María Victoria (DPAK). **Creación de un nuevo producto.**  
.....p.22

108. Carlesi, Ana Eugenia (DPAK). **Cava del director; vinos varietales.**  
.....p.24

140. Colell, Ingrid (DPAK). **La cerveza y su envase.**  
.....p.26

318. Lescano Cameriere, Florencia (DPAK). **La imagen vs. el precio.**  
.....p.37

335. Lubreto, Luciana (DPAK). **Diseño de Packaging. Ecología y Diseño.**  
.....p.39

346. Makara, Cynthia Karina (DPAK). **Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.**  
.....p.39



347. Manera, María Elena. <b>Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.</b> .....p.39	145. Coppari, Sabrina (DED). <b>La segmentación de los medios gráficos.</b> .....p.26
362. Masimiani, Geraldine (DPAK). <b>Bodega «Finca Don Nicolás».</b> .....p.40	359. Martínez Ventura, Eugenia Belén (DED). <b>El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.</b> .....p.40
406. Oltolina, Valeria (DPAK). <b>Los envases y las nuevas tecnologías.</b> .....p.43	467. Ramírez, María de las Mercedes (DED). <b>Dos revistas y su banda.</b> .....p.47
462. Pulli, Darío Martín (DPAK). <b>Envases flexibles e impresión flexográfica.</b> .....p.47	540. Silvetti, María (DED). <b>Para tí. Evolución del diseño y la mujer actual.</b> .....p.52
468. Ramírez, María Gabriela (DPAK). <b>Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea.</b> .....p.47	543. Slatkis, Valeria (DED). <b>Los años '50. El fotoperiodismo.</b> .....p.52
488. Rodríguez, Consuelo (DPAK). <b>Vivir mejor es una elección.</b> .....p.49	598. Valcarenghi, Agustín (DED). <b>La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.</b> .....p.56
495. Rodríguez Presedo, Laura (DPAK). <b>Packaging de exportación.</b> .....p.49	620. Viñas, Mariana (DED). <b>La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.</b> .....p.57
526. Scalise, Valeria Lorena (DPAK). <b>Proyecto Combler.</b> .....p.51	
<b>Diseño /Diseño Editorial</b> <hr/>	
54. Barrancos, Martín H. (DED). <b>Diario Panorama Semanal.</b> .....p.20	573. Tagliani, Juan Ignacio (DPUB). <b>La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.</b> .....p.54
55. Barreiro, María Leonor (DED). <b>Diseño Editorial y cultura joven.</b> .....p.20	
110. Carletti, Fabiana (DED). <b>Diario La Puerta.</b> .....p.24	<b>Diseño de Imagen y Sonido</b> <hr/>
112. Carra, José Federico (DED). <b>Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.</b> .....p.24	40. Aubone, Adrián José (DS). <b>Western Spaghetti - guión.</b> .....p.19
117. Caserta, Gabriela (DED). <b>El Oeste, semanario de Caseros.</b> .....p.24	70. Boero, Agustín (DS). <b>Animación digital, la fábrica de sueños en casa.</b> .....p.21
136. Clavier Grüber, María Jeannette (DED). <b>La marca como identidad comparativa - proyecto editorial.</b> .....p.25	80. Bradford, Daniel Ángel (DS). <b>Tercerización internacional de proyectos para internet desde la Argentina.</b> .....p.22
144. Coppari, Eliana (DED). <b>La Ribera. Un nuevo semanario.</b> .....p.26	176. Echevarría, Bárbara (DS). <b>Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.</b> .....p.28
	215. Fontela Vázquez, Marcelo (DS). <b>En busca de una auténtica remake.</b> .....p.31
	218. Gago, Julián (DS). <b>Guía multimedia del Hatha-Yoga.</b> .....p.31

265. Harari, Alberto (DS). <b>Biopics. Mujeres famosas en el cine.</b> .....p.34	294. Katz, Sandra (DT). <b>El Diseño de Interiores en los locales gastronómicos.</b> .....p.36	
461. Pronzato, Victoria (DS). <b>Stanley Kubrick: Cine intelectual.</b> .....p.47	300. Kotliar, Yael (DT). <b>Color. El simbolismo del color en el Diseño de Interiores.</b> .....p.36	
469. Ramírez, Ramiro (DS). <b>Unheimlich, cine de terror.</b> .....p.48	314. Legeren, Martina (DT). <b>El Feng Shui. El Feng Shui en restaurantes.</b> .....p.37	
<b>Diseño de Interiores</b> <hr/>		
7. Alaniz Gatiús, Pamela (DT). <b>Imagen corporativa en los locales comerciales.</b> .....p.17	337. Luis, Verónica (DT). <b>Arquitectura efímera.</b> .....p.39	
12. Ale, Carla Daniela (DT). <b>Las vidrieras y su falta de Diseño.</b> .....p.17	472. Ranchilio, Marcela (DT). <b>El Diseño de Interiores a fin de siglo.</b> .....p.48	
16. Alonso, Andrea (DT). <b>Vivienda inteligente vs. Vivienda ecológica.</b> .....p.18	476. Renner, Camila Zoe (DT). <b>El Malba. Innovación arquitectónica en función del arte.</b> .....p.48	
28. Annan, María Florencia (DT). <b>Cada edificio, una idea.</b> .....p.18	506. Ruano, Wanda (DT). <b>La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.</b> .....p.50	
61. Beswick, Patricia Elizabeth (DT). <b>Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.</b> .....p.20	532. Scioscia, Carla Andrea (DT). <b>La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.</b> .....p.52	
107. Cardoso Cis, María Josefina (DT). <b>Percepción y diseño de interiores. La importancia de la incidencia de la percepción en el Diseño de Interiores.</b> .....p.24	567. Surribas, María Florencia (DT). <b>El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.</b> .....p.54	
128. Chang, Han Ni (DT). <b>El loft aplicado a la vivienda en el siglo XX, XXI, en Buenos Aires.</b> .....p.25	577. Tarnaruder, Mariela Ariela (DT). <b>El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.</b> .....p.54	
135. Clarich, María Fernanda (DT). <b>Los loft en Buenos Aires.</b> .....p.25	580. Taverna, Agustina (DT). <b>Aires Pop.</b> .....p.55	
161. De los Santos, María Victoria (DT). <b>El niño y los espacios. La vivienda y el Jardín de Infantes (de 0 a 6 años).</b> .....p.27	<b>Diseño Textil y de Indumentaria (Moda)</b> <hr/>	
194. Fariña Puyol, Marcelo F. (DT). <b>Cocina abierta en los espacios comerciales.</b> .....p.29	8. Albano, Erica Melina (DM). <b>El lenguaje a través de la indumentaria laboral.</b> .....p.17	
275. Herráez, María Eugenia (DT). <b>La luz como escena en la vivienda familiar.</b> .....p.34	23. Alzugaray, Julia (DM). <b>El deporte y la moda.</b> .....p.18	
285. Jakowczuk, Gisela (DT). <b>Impacto de las nuevas tecnologías en el Diseño de Interiores.</b> .....p.35	45. Bagur, Nazareth (DM). <b>Imagen vs. moda.</b> .....p.19	
	46. Baik, Alejandro Hyun Chul (DM). <b>La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.</b> .....p.20	

48. Ballestrero, Luciana Paula (DM). <b>Vestuario teatral en el Ópera.</b> .....p.20	322. Litvin, Bettina Daniela (DM). <b>Técnicas de producción textil. Acabados revolucionarios para la moda y el diseño.</b> .....p.38
60. Berardi, Catalina (DM). <b>Moda y psicología.</b> .....p.20	323. Lizarraga, Luis (DM). <b>Nueve divas del cine y la moda.</b> .....p.38
73. Bohtlingk, Agustina (DM). <b>Binocular. Proyecto editorial.</b> .....p.21	327. López, María Laura (DM). <b>Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.</b> .....p.38
132. Cho, Young Hyon (DM). <b>Estampados del siglo XX. Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.</b> .....p.26	372. Merayo, María Gabriela (DM). <b>Moda e identificación.</b> .....p.41
147. Córdoba, Natalia (DM). <b>Tecnología sobre nieve.</b> .....p.26	385. Molina, Noel (DM). <b>La tecnología como ficción posmoderna.</b> .....p.42
165. Di Rico, Natalia (DM). <b>Objetos de deseo.</b> .....p.27	427. Paur, Verónica (DM). <b>La moda y la política.</b> .....p.45
185. Estévez, María Verónica (DM). <b>Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.</b> .....p.29	432. Perales del Castillo, Fernanda (DM). <b>Moda 100% argentina.</b> .....p.45
189. Etcheverry, Angela (DM). <b>Indumentaria laboral. Éxito a través del color.</b> .....p.29	446. Plazibat, María Mercedes (DM). <b>La construcción de la identidad a través de la moda.</b> .....p.46
266. Hardy Hulme, Jennifer (DM). <b>Zapatillas, marketing y...¿violencia?.</b> .....p.34	450. Polastri, Juliana (DM). <b>Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.</b> .....p.46
273. Hernández, María Paula (DM). <b>La moda como comunicador político.</b> .....p.34	457. Potocko, Verónica (DM). <b>El diseño de moda inspirado en la naturaleza.</b> .....p.47
291. Jun, Hye Ran (DM). <b>¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcionalidad?.</b> .....p.36	486. Rodríguez, Alicia (DM). <b>La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.</b> .....p.49
295. Kim, Analía (DM). <b>Manga-Anime. Su influencia sobre la moda japonesa.</b> .....p.36	490. Rodríguez, María Agustina (DM). <b>Rock y moda.</b> .....p.49
296. Kim, Cecilia (DM). <b>Uniformidad vs. Originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.</b> .....p.36	500. Román, Verónica (DM). <b>Moda, identidad y consumo.</b> .....p.50
297. Kim, Susana (DM). <b>¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?.</b> .....p.36	505. Rozier, Carolina (DM). <b>Veo, Veo. Lencería.</b> .....p.50
301. Krenkel, Carolina (DM). <b>El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.</b> .....p.36	508. Ruggieri, Silvana (DM). <b>Alma, lencería femenina.</b> .....p.50
	517. Sammartino, María Laura (DM). <b>Un mercado en crisis. Diseño y producción Indumentaria y Textil (Modas).</b> .....p.51

547. Sommaruga, María Agustina (DM). **Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.**  
.....p.53
552. Spina, María Elcira (DM). **Cirugía estética. La cosmética del Siglo XX.**  
.....p.53
570. Tabak, María (DM). **La belleza como adicción.**  
.....p.54

585. Torre, Vanina (DM). **Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria.**  
.....p.55

590. Tribulo, Juliana (DM). **El color en la indumentaria y su influencia en el individuo.**  
.....p.55

606. Vázquez Martínez, Ainoa (DM). **Ainoa: Empresa de diseño de indumentaria.**  
.....p.56

626. Won, María Ester (DM). **El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.**  
.....p.58

634. Zwirner, Tamara (DM). **La influencia del Surrealismo en la moda.**  
.....p.58

#### **Licenciatura en Comunicación Audiovisual**

42. Avalor, Laura (CA). **Narrativa interactiva. ¿Cómo narrar en un medio interactivo?**  
.....p.19

96. Callari, Marta (CA). **Cine independiente argentino de los '90.**  
.....p.23

162. De Mingo, Esteban (CA). **Produser, una herramienta informática.**  
.....p.27

172. Dorfman, Matías (CA). **El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.**  
.....p.28

258. Güemes, María Rosa (CA). **El video clip, ¿una vuelta al cine mudo?**  
.....p.33

289. Johnson, Martín (CA). **Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.**  
.....p.36

306. Lanne, Javier (CA). **De los cadáveres exquisitos al MTV.**  
.....p.37

459. Prelat, María Mercedes (CA). **El curandero. Historia de un hombre solo.**  
.....p.47

513. Sacco, Sebastián Carlos (CA). **Sexos en guerra, ¿aprieta y gana?. Programas de televisión.**  
.....p.50

554. Srajo Rocco, Leticia (CA). **La mirada indiscreta.**  
.....p.53

#### **Licenciatura en Publicidad**

3. Abraham, Pablo (LP). **Marketing de base de datos.**  
.....p.17

14. Alfonso, Alejandra Marcela (LP). **Celebrity shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo.**  
.....p.18

15. Almejún, Marcelo (LP). **Jingle bells.**  
.....p.18

17. Alsina, Florencia (LP). **Medios y globalización.**  
.....p.18

19. Álvarez, María Eva (LP). **Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.**  
.....p.18

20. Álvarez, Marina Luz (LP). **¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.**  
.....p.18

21. Álvarez, Pablo Mario (LP). **El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.**  
.....p.18

22. Álvarez del Valle, Eugenia (LP). **Los sentimientos en la Publicidad.**  
.....p.18

25. Amran, Lorena (LP). **La Publicidad no tradicional en el cine.**  
.....p.18

30. Aprile, Romina (LP). **Publicultura. La Publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.**  
.....p.19

31. Aranda, Juan F. (LP). **¿Políticos creativos o creativos políticos?**  
.....p.19

32. Aranovich, Silvina D. (LP). **Fundraising.**  
.....p.19

33. Arcusín, Laura Mariana (LP). **¡Si no lo viste, perdíste! La publicidad audiovisual de los '90.**  
.....p.19

34. Argento, Ricardo (LP). <b>Megaproductos.</b> .....p.19	82. Brichetti, Eliana (LP). <b>Utilización de un software en planificación de medios.</b> .....p.22
37. Arnau, Lorena (LP). <b>Baby Marketing.</b> .....p.19	83. Brocca, Mariela Leonor (LP). <b>Publicidad no tradicional. Innovación constante.</b> .....p.22
39. Arroyo, Mauro (LP). <b>Revalorizar la Publicidad.</b> .....p.20	84. Bronzini, Karina (LP). <b>Comunicación alternativa (Benetton-Toscani).</b> .....p.22
41. Audisio, Patricia (LP). <b>Escondidos detrás del anonimato.</b> .....p.19	85. Brüel, Victoria (LP). <b>Creatividad e innovación en la estrategia de medios.</b> .....p.22
47. Balbinot, Gabriel (LP). <b>Como tal.. La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.</b> .....p.20	87. Burnet, Carolina (LP). <b>Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado Español.</b> .....p.22
49. Balza, Santiago Javier (LP). <b>El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.</b> .....p.20	88. Buschiazzo, María Sol (LP). <b>Electro urbe. Cultura Electrónica.</b> .....p.22
50. Barabani, Federico (LP). <b>Kioscomanía.</b> .....p.20	89. Bustillo, Pía M. (LP). <b>Mercado grande. Consumidores chicos.</b> .....p.22
51. Bardini, Martín (LP). <b>Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.</b> .....p.20	90. Bustos Fernández, Percy (LP). <b>Identidad sonora.</b> .....p.22
52. Bari, Laura (LP). <b>Los caminos de la creatividad.</b> .....p.20	91. Caba, Karina (LP). <b>Las PyME's y la publicidad.</b> .....p.23
53. Barone, Mariana (LP). <b>El mundo de las figuras retóricas.</b> .....p.20	92. Cabezón, Gustavo (LP). <b>El bien y el mal.</b> .....p.23
72. Bogunovich, Georgina Analia (LP). <b>El nuevo rol social de la publicidad como forma de comunicación.</b> .....p.21	94. Cadile, María Laura (LP). <b>Las fronteras de la creatividad.</b> .....p.23
74. Bonadeo, Martín (LP). <b>La fidelidad de las marcas.</b> .....p.21	97. Calvani, Pablo (LP). <b>La otra Publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.</b> .....p.23
75. Bongarrá, Carolina (LP). <b>Mercosur publicitario.</b> .....p.21	98. Camozzi, Alejandro (LP). <b>Eventos promocionales en periodos de vacaciones.</b> .....p.23
76. Bonora, Gabriela (LP). <b>No hay mal que dure cine años. Pero remedios, sí. Caso: Bayer, Bayaspirina/ Cafiaspirina.</b> .....p.22	99. Campana, Carlos Federico (LP). <b>El rumor. Un anónimo con nombre y apellido.</b> .....p.23
78. Bouvet, Francisco Antonio (LP). <b>Los animales y la Publicidad.</b> .....p.22	100. Camplone, Leonardo (LP). <b>La imagen digital.</b> .....p.23
79. Bozzalla, Analia (LP). <b>La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.</b> .....p.22	102. Capitini, María Fernanda (LP). <b>Dame «Mass» Rock.</b> .....p.23
81. Braier, Paola (LP). <b>Promociones en internet.</b> .....p.22	104. Carbajo, Carolina (LP). <b>La sponsorización en el tenis.</b> .....p.23

106. Cárcamo, Mario Gabriel (LP). <b>Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la publicidad argentina.</b> .....p.24	143. Conti Gómez, María Teresa (LP). <b>El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?</b> .....p.26
116. Casal, María Alejandra (LP). <b>Los patterns locales en el Mercosur.</b> .....p.24	146. Coppola, Patricia (LP). <b>Made in Argentina: Para nosotros y para el mundo.</b> .....p.26
119. Castelletti, Vanina (LP). <b>El mundial de las marcas.</b> .....p.24	148. Cortejarena, Nancy (LP). <b>Un mundo de cinco siglos.</b> .....p.26
120. Castillo, Mariana (LP). <b>La onda shopping. Consumo de jóvenes.</b> .....p.24	149. Cosentino, María Elina (LP). <b>Lo simbólico nos invade.</b> .....p.26
121. Cattani, Pablo Javier (LP). <b>Culto a falsos dioses. Los ídolos de la TV.</b> .....p.25	153. Cuniberti, Laura (LP). <b>Sexualidad publicitaria.</b> .....p.26
122. Cavalli, Constanza (LP). <b> Holding de medios en la Argentina.</b> .....p.25	157. Daneri, Ezequiel (LP). <b>Utilización de internet para potenciar los negocios.</b> .....p.27
123. Cavalli, Diego E. (LP). <b>La comunicación institucional en las empresas.</b> .....p.25	158. Dayán Peralta, Victoria (LP). <b>La Publicidad en la era global.</b> .....p.27
125. Cerutti, Paula (LP). <b>La mutación de los cuerpos.</b> .....p.25	159. De Carlo, Daniela (LP). <b>Tango, mate y otras yerbas (marca-país).</b> .....p.27
126. César, Joaquín (LP). <b>La hegemonía de las tres "P".</b> .....p.25	160. De Lellis, María Fernanda (LP). <b>Promociones en punto de venta.</b> .....p.27
127. Cevasco, Pablo Javier (LP). <b>Renderizando la comunicación.</b> .....p.25	163. Di Giorgio, María Silvina (LP). <b>La mujer y la Publicidad.</b> .....p.27
129. Charra, Claudina (LP). <b>Niños dentro del discurso publicitario.</b> .....p.25	164. Di Gregorio, Leandro (LP). <b>La pelota de oro. El negocio del fútbol.</b> .....p.27
131. Chiera, Christian Javier (LP). <b>Análisis comparativo entre la Publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.</b> .....p.25	167. Díaz Andrade, Martín (LP). <b>Creatividad dirigida al sector de público joven.</b> .....p.27
134. Ciccone, Lara (LP). <b>¡Yo también!</b> .....p.25	168. Díaz Brennan, Natalia (LP). <b>La personalidad de marcas.</b> .....p.28
137. Clavier Grüber, María Milagros (LP). <b>Mercosur.</b> .....p.25	169. Distasio, Nataly (LP). <b>PNT. La nueva protagonista de la pantalla.</b> .....p.28
138. Cleiman Can, Gastón (LP). <b>Por qué y cómo el sonido comunica.</b> .....p.26	170. Dobniewski, Natacha (LP). <b>Los shopping centers.</b> .....p.28
139. Clementti, Priscila (LP). <b>Publicidad: El simulacro.</b> .....p.26	171. Domínguez, Ana Laura (LP). <b>La identidad global.</b> .....p.28
142. Colzani, Georgina (LP). <b>Gracias al humor. Remedio chino infalible.</b> .....p.26	174. Echagüe, Guillermo (LP). <b>La situación actual de Argentina (Crisis).</b> .....p.28

177. Elías, Virginia (LP). **Prevención de la drogadicción.** .....p.28
178. Elola, Martín Ignacio (LP). **Publicidad vs. Publicidad. La Publicidad comparativa en Argentina.** .....p.28
180. Escati Peñaloza, Luciana (LP). **De mi no rías. La Publicidad que discrimina.** .....p.28
182. Espiño, Victoria Lucia (LP). **La Publicidad responsable.** .....p.28
183. Esponda, Georgina (LP). **La comunicación de los productos farmacéuticos,** .....p.28
186. Etchebehere, Catalina (LP). **Ahora decimos PNT.** .....p.29
188. Etchevarne, Federico (LP). **Los límites de la Publicidad.** .....p.29
190. Faiatt, Carolina (LP). **La moda y la Publicidad.** .....p.29
192. Farhi, Mariela (LP). **Naturaleza y mercado.** .....p.29
193. Faricelli, Virginia (LP). **Bienvenida sea la muerte al mundo de la Publicidad.** .....p.29
197. Federico, Patricio (LP). **Surf.ar el mercado del surf en Argentina.** .....p.29
199. Fernández, Claudia Gabriela (LP). **Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.** .....p.30
200. Fernández, Marcela Adriana (LP). **La vía pública.** .....p.30
201. Fernández, María Dolores (LP). **Publicidad subliminal.** .....p.30
204. Fernández Fernández, Maribel (LP). **Los niños y los medios electrónicos.** .....p.30
206. Ferrando, Débora (LP). **Señales de identidad.** .....p.30
208. Ferrero, Federico (LP). **La comunicación corporativa en el plan de crisis.** .....p.30
209. Ferreyra, Claudia (LP). **Persuasivo vendedor; silencioso pero efectivo. El color.** .....p.30
210. Figueras, Cristian (LP). **Viento blanco.** .....p.30
214. Flores, María de las Mercedes (LP). **¡Todo cambia! La relación entre la Publicidad y la sociedad argentina.** .....p.31
216. Frost, Lorena Paula (LP). **El público joven de AM.** .....p.31
217. Furrer, Rosa Analía (LP). **Crisis: Cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.** .....p.31
219. Gaidolfi, Silvana (LP). **Publicidad no tradicional.** .....p.31
220. Galié, María Clara (LP). **La globalización en Publicidad.** .....p.31
221. Gálvez, Hernán Ariel (LP). **La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.** .....p.31
222. Gammuto, Andrés Sebastián (LP). **Sponsor; estrella publicitaria.** .....p.31
223. Gándola, María Juliana (LP). **El micromundo de la premiación publicitaria.** .....p.31
226. García Rabell, Emmanuel (LP). **El rol de la creatividad en la Publicidad argentina actual.** .....p.31
227. García Roggero, Silvana (LP). **Music adline. El límite entre lo publicitario y lo discográfico.** .....p.31
230. Gavioli Bleta, Laila (LP). **Se vende cultura. El mercado del arte.** .....p.32
233. Ghidotti, Carolina (LP). **Publicidad electrónica.** .....p.32
234. Ghioldi, Aldana (LP). **Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + MKT uno a uno.** .....p.32
235. Giacomazzi, Gabriela (LP). **Los pequeños telespectadores (de 3 a 6 años).** .....p.32
236. Giacomelli, Federico (LP). **Patrocinio deportivo.** .....p.32

237. Giménez, Sebastián (LP). <b>Marcas en momentos de crisis.</b> .....p.32	264. Hanono, Paula (LP). <b>Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.</b> .....p.34
238. Giménez, Silvina Martha (LP). <b>La marca como identidad corporativa.</b> .....p.32	267. Haury, Susana (LP). <b>Se hace camino al crear: Publicidad gráfica de los '60 y '90.</b> .....p.34
239. Giorgi, Silvina (LP). <b>Tiempos de imagen masculina.</b> .....p.32	268. Hayd, Elly (LP). <b>Solidaridad vs. vida, una apuesta desapareja.</b> .....p.34
241. Golstein, Yamila. <b>Fuera de tanda.</b> .....p.32	269. Hecker, Andrea (LP). <b>Homo consumptor: Consumidor masculino posmoderno.</b> .....p.34
242. Gómez, Carolina (LP). <b>El negocio de los lubricantes.</b> .....p.32	270. Hecker, Cecilia (LP). <b>Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.</b> .....p.34
243. Gómez Magariños, Samanta Vanesa (LP). <b>Crisis publicitaria, causas y consecuencias.</b> .....p.32	271. Herbstein, Andrés Nicolás (LP). <b>Avances tecnológicos aplicados a la música.</b> .....p.34
246. Gonçalves, Alfonso Jorge (LP). <b>Micro patriotismo en busca del marco patriotismo.</b> .....p.33	272. Hernández, María Florencia (LP). <b>La imagen y la palabra en Publicidad.</b> .....p.34
247. Gontier, Gisela (LP). <b>La Publicidad en el Mercosur. Barreras culturales.</b> .....p.33	279. Ibarra, Andrea F. (LP). <b>La virtualización de la sensación.</b> .....p.35
248. González, Jerónimo. <b>Sexualidad, jóvenes y Publicidad.</b> .....p.33	280. Ibarra García, Ignacio. <b>Juguemos en el bosque... (ética publicitaria).</b> .....p.35
249. González, María Soledad. <b>Comunicación interna en empresas de servicios.</b> .....p.33	281. Imposa, María de las Mercedes (LP). <b>En búsqueda de una identidad.</b> .....p.35
251. Gonzalez Benavidez, Mariana (LP). <b>El Big Bang nacional.</b> .....p.33	282. Iraola, Julián (LP). <b>Desafíos del Mercosur a la Publicidad institucional.</b> .....p.35
254. Grimaldi, Maximiliano. <b>D.N.I Documento Multinacional de Identidad.</b> .....p.33	283. Irigaray y Asúa, Verónica Inés (LP). <b>La guerra de las marcas: Líderes vs. propias.</b> .....p.35
256. Grossi, Mara (LP). <b>Publicidad y bien público.</b> .....p.33	284. Jahnke, Kathrin (LP). <b>El futuro de la Publicidad.</b> .....p.35
257. Guastini, María Emilia (LP). <b>Centrales en el medio.</b> .....p.33	287. Jebsen, Mónica (LP). <b>¿Los creativos reemplazan el área de cuentas?.</b> .....p.35
259. Guerrero, Analía (LP). <b>Sobredosis de sexo.</b> .....p.33	288. Jinich, Ariana M. (LP). <b>La mediación institucionalizada.</b> .....p.35
260. Guerrero Dewey, Silvina (LP). <b>Sexo polisémico.</b> .....p.34	290. Jordán, Joaquín (LP). <b>Crisis e imagen de marca país.</b> .....p.36
261. Guglielmino, Guido (PL). <b>Promoción de productos alimenticios y su marco legal.</b> .....p.34	



292. Kalmus, Mariano (LP). **El banner y su guión técnico.**  
.....p.36
293. Katz, Leandro (LP). **Publicidad y religión en los medios de Argentina en el período 1990-2000.**  
.....p.36
298. Klas, Tamara (LP). **Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.**  
.....p.36
299. Knop, Fabiola (LP). **Los medios de comunicación y la publicidad.**  
.....p.36
302. La Spina, Edgardo (LP). **Color, cultura y consumo.**  
.....p.36
303. La Venia, Mariano (LP). **Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.**  
.....p.36
304. Labaton, Dana (LP). **Santa estrategia.**  
.....p.36
305. Lande, Marcela (LP). **Fútbol S.A.**  
.....p.36
307. Lareo, Soledad (LP). **Fue, es y será, siempre Coca-Cola.**  
.....p.37
308. Larrandart, Miguel (LP). **Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la empresa.**  
.....p.37
309. Lauría, Luciano (LP). **Modas creativas.**  
.....p.37
316. Leonetti, María Florencia (LP). **La publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.**  
.....p.37
317. Lerer, Verónica Laura (LP). **El culto al consumo.**  
.....p.37
319. Levin, Gabriela (LP). **Bricks & clicks. Comportamiento del Consumidor.**  
.....p.37
325. Lolic Corvalán, Luciana (LP). **Cómo leer a un adolescente.**  
.....p.38
326. Longueira, Soledad (LP). **Campaña integral de bien público. Droga.**  
.....p.38
328. López, María Victoria (LP). **Sida: No mirar, no decir, no escuchar (censura).**  
.....p.38
329. López, Rocio (LP). **Mi querida Argentina.**  
.....p.38
330. López, Sergio (LP). **Adictos la información. Internet.**  
.....p.38
332. López Ascárate, Carolina (LP). **Publicidad rechazada. La Publicidad que nadie ve.**  
.....p.38
334. Loyato, Ileana (LP). **La guerra promocional entre Coca y Pepsi.**  
.....p.38
336. Luchía Puig, Mercedes (LP). **¿Publicidad subliminal o mensajes inadvertidos?.**  
.....p.38
339. Luna, Jorge Sebastián (LP). **Cuando la imagen vale mas que mil palabras.**  
.....p.39
340. Luna Requena, Patricio (LP). **El avance de las marcas.**  
.....p.39
342. Magurno, Marina (LP). **La mujer argentina y la Publicidad.**  
.....p.39
343. Mahfud, María José (LP). **Solos o acompañados.**  
.....p.39
344. Maierú, Gabriela Silvia (LP). **¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la publicidad.**  
.....p.39
345. Majdalani, María Guadalupe (LP). **Traducción simbólica de marcas competitivas.**  
.....p.39
348. Maqui, Ignacio (LP). **Media-boarding.**  
.....p.39
349. Marasco Benítez, María Zoraida (LP). **Creativos, al frente.**  
.....p.40
350. Marconi, Paula Soledad (LP). **Los movimientos anticorativos. Las multinacionales bajo la lupa.**  
.....p.40
351. Marengo, Alejo (LP). **Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el Diente.**  
.....p.40
352. Marín, Natalia (LP). **Tecnohumanización.**  
.....p.40
354. Marsó, María Magdalena (LP). **¡Conocerás a tus clientes!.**  
.....p.40

355. Martín, Mariana S. (LP). <b>Comunicar desde la imagen.</b> .....p.40	380. Moccia, Leandro Agustín (LP). <b>Revolución underground.</b> .....p.42
357. Martín Nicastro, Gonzalo (LP). <b>Nuestras débiles voluntades. Política y Publicidad</b> .....p.40	381. Modolo, Cintia Karina (LP). <b>Festivales publicitarios, la trastienda.</b> .....p.42
358. Martínez Baquero, Gustavo (LP). <b>La última decisión. Publicidad láctea.</b> .....p.40	382. Mohadeb, Jessica (LP). <b>El marketing promocional.</b> .....p.42
360. Martire, Julieta (LP). <b>La publicidad social.</b> .....p.40	386. Momburí, Marcelo (LP). <b>El mapa del tesoro oculto. Publicidad Turística.</b> .....p.42
361. Martos, Federico Nicolás (LP). <b>El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.</b> .....p.40	387. Momdjian, Yanina Melina (LP). <b>El espectáculo. Nuevo co-equipper de la creatividad publicitaria.</b> .....p.42
364. Maximino, Carla (LP). <b>Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.</b> .....p.41	389. Mosquera, María del Carmen (LP). <b>La promesa suntuaria.</b> .....p.42
366. Mazzocchi, Mauro César (LP). <b>Creatividad en internet. El nuevo desafío publicitario.</b> .....p.41	392. Moujan, María Marta (LP). <b>El consumidor de supermercados.</b> .....p.42
367. Mazzucco, Sebastian Guillermo (LP). <b>La Publicidad y el futbol amateur infantil.</b> .....p.41	394. Murekian, Irina (LP). <b>Guía turística de las grandes superficies.</b> .....p.42
368. Melo, Silvia Cristina (LP). <b>La televisión en busca del futuro.</b> .....p.41	398. Neira, Hernán (LP). <b>Fidelización, soborno y extorsión.</b> .....p.43
369. Méndez, Julio César (LP). <b>Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.</b> .....p.41	399. Nelson, Pablo Javier (LP). <b>Paraísos prohibidos. La comunicación de la Marihuana.</b> .....p.43
370. Méndez, María de las Mercedes (LP). <b>Estereotipos femeninos.</b> .....p.41	400. Niedzwiecki, Marina (LP). <b>Cadena perpetua a la Publicidad engañosa.</b> .....p.43
374. Merendoni, Daniel (LP). <b>Globalización y patterns publicitarios.</b> .....p.41	401. Obiglio, Cecilia (LP). <b>La radiografía de una imagen.</b> .....p.43
375. Merlo, Analía (LP). <b>Marketing filantrópico.</b> .....p.41	402. Ojeda, María Sol (LP). <b>Una cuestión de imagen. La política mediatizada.</b> .....p.43
376. Micó, Gonzalo (LP). <b>Marcas propias.</b> .....p.41	403. Oliveira, Karina (LP). <b>Una sociedad que no envejece.</b> .....p.43
377. Milán, María Julieta (LP). <b>La fuente de la eterna juventud.</b> .....p.41	404. Oller, María Belén (LP). <b>El espejo del marketing directo.</b> .....p.43
378. Milano, Pablo (LP). <b>Marca: Personaje. Construcción de imagen de personajes populares.</b> .....p.41	405. Olleros, María Cecilia (LP). <b>El nuevo varón post-moderno en la Publicidad.</b> .....p.43

409. Orlando, Julieta (LP). <b>Sponsor, una jugada de taquito.</b> .....p.44	437. Pérez, Gustavo (LP). <b>El punto de venta.</b> .....p.45
411. Oscaris, Hernán (LP). <b>Estética y narrativa en la TV argentina de los '90.</b> .....p.44	439. Pérsico, Juan (LP). <b>Publicidad y modelo de exclusión social.</b> .....p.46
412. Otaño, Tomás Carlos (LP). <b>El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.</b> .....p.44	442. Piñeiro Olloqui, Romina (LP). <b>Consumiendo letras.</b> .....p.46
413. Otegui, Romina (LP). <b>El posicionamiento del turismo argentino.</b> .....p.44	443. Pinto, Carla Romina (LP). <b>Ser o no ser. Como se vende el Teatro en la Argentina.</b> .....p.46
415. Palermo, María de la Paz (LP). <b>Made in casa. Marcas propias.</b> .....p.44	447. Plúgel, Erica Lorena (LP). <b>Pasión por el fútbol.</b> .....p.46
416. Panattoni, Sebastián (LP). <b>Proyectos mediados.</b> .....p.44	448. Poblete, Fernando (LP). <b>La creatividad publicitaria pensada para chicos.</b> .....p.46
418. Paniagua, Darío (LP). <b>La computación en el proceso creativo.</b> .....p.44	451. Poliak, Karina (LP). <b>Imagen perfilada.</b> .....p.46
422. Parra Barbero, Fernando (LP). <b>Publicidad rechazada o rechazo a la Publicidad.</b> .....p.44	452. Poliero, Pablo (LP). <b>Deliciosa al paladar.</b> .....p.46
423. Passerini, Mauricio (LP). <b>El discurso psicológico en Publicidad.</b> .....p.45	453. Polliedri, Pablo (LP). <b>Señales de humor.</b> .....p.46
424. Pastore, Pablo (LP). <b>Estilo creativo argentino vs. estilo creativo brasilero.</b> .....p.45	455. Portell, Mariana (LP). <b>Huellas que dejan marcas.</b> .....p.46
426. Patrón Sánchez, Verónica (LP). <b>Serás flaca o no serás nada.</b> .....p.45	456. Portillo, Gonzalo (LP). <b>Poder en Publicidad.</b> .....p.46
428. Pecini, Inés (LP). <b>Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.</b> .....p.45	458. Prat, Eugenia (LP). <b>El humor aplicado a la Publicidad.</b> .....p.46
430. Pedreschi, Romina (LP). <b>La Publicidad argentina de los '90 como espectáculo.</b> .....p.45	460. Prina, Alejandro (LP). <b>Estado del arte. Comunicación global.</b> .....p.47
431. Pelliza, Mariano (LP). <b>Marcas propias en supermercados.</b> .....p.45	463. Querciotti, Mariela (LP). <b>Los modelos corporales del discurso publicitario.</b> .....p.47
433. Percal, Tamara (LP). <b>Los hijos del consumo.</b> .....p.45	464. Quiroga, Sol (LP). <b>La trastienda.</b> .....p.47
436. Pérez, Felicitas (LP). <b>Comunicación con diferentes "re-medios".</b> .....p.45	465. Raisman, Ricardo (LP). <b>La internet y sus influencias.</b> .....p.47
	471. Rampoldi, María Florencia (LP). <b>Modelos de ética que formula la Publicidad.</b> .....p.48
	473. Rastatter, Sebastián (LP). <b>Televisión interactiva. El medio del futuro.</b> .....p.48
	474. Ratto, Javier (LP). <b>Un cambio en las reglas de juego.</b> .....p.48

478. Rey, María Florencia (LP). **La responsabilidad social de la Publicidad.** .....p.48
479. Ridner, Débora (LP). **El marketing directo.** .....p.48
480. Riemer, Diego (LP). **La imagen distorsionada.** .....p.48
481. Riera, Paula Gimena (LP). **Hollywood en las tandas.** .....p.48
482. Riu, Germán (LP). **Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.** .....p.48
483. Rivas Francisco, Claudia (LP). **Cambios de hábitos.** .....p.48
484. Riverós, María Dolores (LP). **Marketing de juguetes.** .....p.48
485. Roca, Yanina (LP). **Las máscaras de la posmodernidad.** .....p.48
487. Rodríguez, Andrea (LP). **¡Buena presencia excluyente!** .....p.48
489. Rodríguez, Ignacio Sebastián (LP). **La comunicación filantrópica en Argentina.** .....p.49
492. Rodríguez, Nancy Fernanda (LP). **Yo, tú, él.. nosotros. La comunicación interpersonal.** .....p.49
493. Rodríguez, Roxana (LP). **La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.** .....p.49
496. Rogato, Rosana (LP). **Escalando las mentes.** .....p.49
499. Rolando, Sebastián E. (LP). **PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.** .....p.49
501. Romero, Paula (LP). **Segmentación vs. discriminación.** .....p.50
502. Rossi, Gabriela (LP). **El cable en primer plano.** .....p.50
507. Rubaja, Iris (LP). **Packaging. El marketing de los sentidos.** .....p.50
509. Ruiz, Lucas Matias Enrique (LP). **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en publicidad.** .....p.50
510. Ruiz, Rodrigo Hernán (LP). **La efectividad en la creatividad publicitaria.** .....p.50
511. Russo, María Fernanda (LP). **La fotografía publicitaria.** .....p.50
512. Russo, Pablo E. (LP). **El medio como edificio.** .....p.50
514. Salcovich, Fabiana (LP). **Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.** .....p.50
515. Saliba, Mariela (LP). **La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.** .....p.50
516. Sallenave, Eduardo (LP). **Vida privada y publicidad.** .....p.51
519. Sánchez Botello, Laura (LP). **Internet.** .....p.51
521. Sandoval, Gonzalo (LP). **El jazz en la Argentina.** .....p.51
523. Saralegui, Mariana (LP). **Hoy arte y Publicidad.** .....p.51
525. Sastri, Alejandro (LP). **Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.** .....p.51
527. Scaramella, Julieta (LP). **Consumo de tabaco y restricciones a su Publicidad.** .....p.51
528. Schab, Ana (LP). **¿Qué ves cuando me ves? Juventud y Televisión.** .....p.51
533. Scolnic, Sabrina (LP). **La compra de espacios en medios, claves para una óptima negociación.** .....p.52
534. Scuka, Hernán Diego (LP). **Comics y cartoons en la Publicidad.** .....p.51
535. Secchi, Mariela Celina (LP). **El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto Argentino.** .....p.51
537. Seriani, Jorge (LP). **La Publicidad como espectáculo.** .....p.52

538. Sgattoni, Martín (LP). **El mito andrógino.**  
.....p.52
541. Simonassi, Ana Lorena (LP). **Responsabilidad social empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.**  
.....p.52
542. Simonelli, Carolina (LP). **Publicidad, el octavo arte.**  
.....p.52
544. Sleizer, Daniel (LP). **La influencia del satélite en cable.**  
.....p.52
546. Somalo, Marianella (LP). **Familia y Publicidad en la posmodernidad.**  
.....p.52
548. Soriano, Diego Hernán (LP). **Publicidad: Su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.**  
.....p.53
549. Sosa Caballero, María Gabriela (LP). **La Publicidad que vende Publicidad.**  
.....p.53
550. Soto, Juan Diego (LP). **Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.**  
.....p.53
553. Spini, Romina (LP). **Publicidad interactiva.**  
.....p.53
556. Stagnaro, Mauricio (LP). **Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.**  
.....p.53
557. Stein, Marina (LP). **El shopping center. Un mundo de sensaciones.**  
.....p.53
558. Stettlet, Paula (LP). **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.**  
.....p.53
559. Stisman, Silvina (LP). **Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y publicidad.**  
.....p.53
560. Stolarz, Betiana (LP). **La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.**  
.....p.53
561. Stoppel, Jessica (LP). **Marketing farmacéutico.**  
.....p.53
562. Straffezza Olaizola, Severo (LP). **Construcción imagen política del candidato en la televisión.**  
.....p.53
563. Straijer, Martín (LP). **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.**  
.....p.54
564. Suárez, Mariana Laura (LP). **Lo más profundo de lo superficial.**  
.....p.54
565. Sucheras, Rafael (LP). **El lado publicitario de la música.**  
.....p.54
566. Suraniti, Ariel Pablo (LP). **La globalización en Publicidad.**  
.....p.54
568. Swinyard, José Luis (LP). **Crisis, la oportunidad escondida.**  
.....p.54
569. Szalai, Federico (LP). **El humor como técnica creativa.**  
.....p.54
572. Tagliani, Hernán (LP). **El SIDA en los medios de comunicación.**  
.....p.54
574. Tamagni, Karina (LP). **El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.**  
.....p.54
575. Tapia, Carolina (LP). **Pauta invasiva. La Publicidad en la vida privada.**  
.....p.54
578. Tartarelli, Diego (LP). **La temeraria señorita ética.**  
.....p.55
579. Tavello, Mariana (LP). **El mercado de los niños.**  
.....p.55
582. Terzano, Martín Gabriel (LP). **La evolución del departamento de medios.**  
.....p.55
583. Toledo, Ulises Carlos (LP). **Un análisis al análisis de medios.**  
.....p.55
584. Tomassini, Sebastián (LP). **Aliados de la Publicidad.**  
.....p.55
586. Torreiro, Christian (LP). **Los avances de programas en la tanda publicitaria.**  
.....p.55
587. Torres Moreno, Carolina (LP). **El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.**  
.....p.55

589. Tosi, Nicolás (LP). <b>El esponsor en el fútbol.</b> .....p.55	615. Villa, Marcela Corina (LP). <b>Comunicación política en la dictadura y en la democracia.</b> .....p.57
591. Trucco, Sofía (LP). <b>Marketing directo y crisis.</b> .....p.55	617. Villarreal, Silvana Florencia (LP). <b>Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.</b> .....p.57
592. Turner, Patricia (LP). <b>Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.</b> .....p.55	618. Vinocur, Ariel (LP). <b>Canales de distribución. Sector relojero.</b> .....p.57
593. Ubeira Salim, Matías (LP). <b>Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.</b> .....p.56	621. Vivona, Ana Paula (LP). <b>La necesidad de lo específico. Marketing directo.</b> .....p.57
594. Urabayen, Carla Paola (LP). <b>Posicionamiento, imagen y estrategias.</b> .....p.56	622. Volpi, Andrea Vanesa (LP). <b>Adicción gris. Consumo compulsivo.</b> .....p.57
595. Urrutia, Laura Verónica (LP). <b>Publicidad verde.</b> .....p.56	623. Winkler, Gerardo (LP). <b>Marketing deportivo.</b> .....p.58
596. Uva, Juliana María (LP). <b>La fidelidad del consumidor.</b> .....p.56	625. Wolff, Gabriela (LP). <b>Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.</b> .....p.58
597. Vaistub, Vanesa (LP). <b>Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.</b> .....p.56	627. Woscoff, Florencia Paula (LP). <b>Políticos en campaña ¿propaganda o Publicidad?.</b> .....p.58
599. Valiño, María de las Victorias (LP). <b>Filmando ideas.</b> .....p.56	628. Yahía, Natalia (LP). <b>El supermercadismo en la Argentina: Caso Disco.</b> .....p.58
600. Vardé, María Alejandra (LP). <b>Juguemos a la tele...</b> .....p.56	630. Zamit, Gustavo Alejandro (LP). <b>YPF La comunicación de una empresa privada.</b> .....p.58
603. Vázquez, Mónica (LP). <b>La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.</b> .....p.56	631. Zamora, Hernán Diego (LP). <b>Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.</b> .....p.58
604. Vázquez, Verónica (LP). <b>La Publicidad y los más pequeños.</b> .....p.56	632. Zanutto, Leandro Ariel (LP). <b>Ni el huevo, ni la gallina.</b> .....p.58
608. Ventura, Martín (LP). <b>El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.</b> .....p.57	
609. Vereá, Carlos Sebastián (LP). <b>Hipercomunicación.</b> .....p.57	
610. Veronesi, Carlos (LP). <b>24 horas frente a las noticias.</b> .....p.57	
611. Verrier, Julieta (LP). <b>@ Laboratorios. Marketing Farmacéutico.</b> .....p.57	
613. Vidal, Luz (LP). <b>La Publicidad subliminal.</b> .....p.57	
614. Vijnovsky, Hernán (LP). <b>Canal Nueve, canal nuevo.</b> .....p.57	
	<b>Licenciatura en Relaciones Públicas</b> <hr/>
	1. Abal, Luciano (LR). <b>Club Atletico Boca Juniors: Identidad e Imagen.</b> .....p.17
	2. Abecasis, Bárbara (LR). <b>Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Píano S.A.</b> .....p.17
	5. Agasi, María Jimena (LR). <b>Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción paramejorar los efectos de la televisión.</b> .....p.17

6. Agotegaray, Soledad (LR). <b>Posible deterioro de la imagen.</b> .....p.17	62. Bezzi, Fernanda (LR). <b>Mediación del profesional de relaciones públicas en los programas de capacitación gerencial.</b> .....p.21
9. Albónico, Marcelo Alberto (LR). <b>Cambios en las comunicaciones (RRPP).</b> .....p.17	64. Biestro, María Laura (LR). <b>La programación neuro-lingüística y barreras en la comunicación interna.</b> .....p.21
10. Albuixech, Cecilia (LR). <b>La importancia de la imagen pública.</b> .....p.17	65. Bignoli, Laura (LR). <b>Responsabilidad social empresarial.</b> .....p.21
11. Alcaraz, Alicia Soledad (LR). <b>Marketing de base de datos.</b> .....p.17	67. Blanco, Lilian (LR). <b>Fusiones y adquisiciones.</b> .....p.21
13. Alfonsín, María Laura (LR). <b>Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la Argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.</b> .....p.17	68. Blanco, Marina (LR). <b>La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.</b> .....p.21
18. Altounián, Daniel Ricardo (LR). <b>Responsabilidad social de las empresas argentinas.</b> .....p.18	69. Boeris, Gimena (LR). <b>La nueva comunicación política.</b> .....p.21
24. Amigo, Agustina (LR). <b>Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino hacia el desarrollo sustentable.</b> .....p.18	71. Boeykens, Paula (LR). <b>El pensamiento estratégico dentro de la empresa.</b> .....p.21
26. Andrés, Marianela (LR). <b>Mc Donald's: Comunicación interna.</b> .....p.18	93. Cáceres, Claudia (LR). <b>La imagen de Argentina.</b> .....p.23
29. Apesteguía, María Alejandra (LR). <b>El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.</b> .....p.18	95. Cali, Daniela (LR). <b>La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - Hoteles cinco estrellas.</b> .....p.23
38. Arriola, Mariano Damián (LR). <b>Imagen.</b> .....p.19	101. Campodónico, Analía (LR). <b>Las Relaciones Públicas y su relación con la industria hotelera internacional.</b> .....p.23
43. Avati, Daniela (LR). <b>Los medios de comunicación como grupos de presión.</b> .....p.19	103. Capria, María Cecilia (LR). <b>Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.</b> .....p.23
44. Badias, Patricia (LR). <b>La imagen como motivadora de participación empresarial.</b> .....p.19	105. Carballo, Karina (LR). <b>Los objetivos que persigue la Filantropía.</b> .....p.23
56. Basaldúa, María Agustina (LR). <b>El manejo de la comunicación en la guerra de irak.</b> .....p.20	109. Carlesso, Ricardo J. (LR). <b>Las Relaciones Públicas empresariales en Argentina.</b> .....p.24
57. Bello, Susana (LR). <b>La expansión de la micro-empresa en Argentina.</b> .....p.20	111. Carluccio, María Victoria (LR). <b>Ética en las Relaciones Públicas.</b> .....p.24
58. Benítez, Celeste (LR). <b>La responsabilidad social.</b> .....p.20	113. Carrizo, Fabiana M. (LR). <b>El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.</b> .....p.24
59. Benítez Freire, Goldine (LR). <b>La mujer en el ámbito laboral.</b> .....p.20	114. Carrizo Guglielmino, María Pía (LR). <b>Relaciones museísticas.</b> .....p.24

115. Casado, María Belén (LR). <b><i>Sinergia en la Iglesia Católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la Iglesia Católica.</i></b> .....p.24	181. Escobedo, Marcela (LR). <b><i>La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.</i></b> .....p.28
118. Casimiro, María Mercedes (LR). <b><i>Política y Relaciones Públicas.</i></b> .....p.24	184. Estévez, Andrea (LR). <b><i>Sida y comunicación.</i></b> .....p.29
124. Centanaro, Martín Alejandro (LR). <b><i>Las Relaciones Públicas en las PyME's.</i></b> .....p.25	187. Etchepare, María Eugenia (LR). <b><i>Comunicaciones integradas para PyME's. La comunicación integrada, eje de gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.</i></b> .....p.29
130. Chico Giusti, María Carolina (LR). <b><i>Relaciones Públicas y bien público.</i></b> .....p.25	191. Fano, Soledad (LR). <b><i>La familia en la empresa.</i></b> .....p.29
133. Churba, Romina (LR). <b><i>La comunicación corporativa en el rubro óptico.</i></b> .....p.25	195. Farré Boldú, Eulalia (LR). <b><i>La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.</i></b> .....p.29
141. Colli, Cecilia (LR). <b><i>La comunicación al servicio de las buenas causas.</i></b> .....p.26	196. Fazzari, Verónica Fernanda (LR). <b><i>Consultoras gastronómicas.</i></b> .....p.29
150. Cossio, María Ángeles (LR). <b><i>La nueva comunicación política.</i></b> .....p.26	198. Fenley, Laura. <b><i>Las Relaciones Públicas y la logística.</i></b> .....p.30
151. Cruz, Marina (LR). <b><i>La imagen interna de las empresas familiares.</i></b> .....p.26	202. Fernández de Cieza, Marcela Andrea (LR). <b><i>Las Relaciones Públicas, el deporte amateur, y el patrocinio.</i></b> .....p.29
152. Cundo, Anika (LR). <b><i>Corporate citizenship.</i></b> .....p.26	203. Fernández Delamer, Martín (LR). <b><i>Radio AM y opinión pública.</i></b> .....p.30
154. Czerwonogora, Natalia (LR). <b><i>Comunicación interna en las organizaciones.</i></b> .....p.27	207. Ferrari, Silvina (LR). <b><i>La profundidad de lo superficial.</i></b> .....p.30
155. D'agnino, Soledad (LR). <b><i>Pensar global, actuar local.</i></b> .....p.27	211. Fiorante, María Lia (LR). <b><i>La comunicación interna en los call centers.</i></b> .....p.30
156. D'Amore, Florencia (LR). <b><i>Fusiones y adquisiciones.</i></b> .....p.27	212. Fiore Sastre, Natalia (LR). <b><i>Cuestión de imagen.</i></b> .....p.30
166. Di Venezia, Flavia (LR). <b><i>Cuando los músicos no improvisan.</i></b> .....p.27	213. Ferreri, María José (LR). <b><i>La Unesco y la opinión pública.</i></b> .....p.30
173. Dubove, Paula (LR). <b><i>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</i></b> .....p.28	224. Garat, Sofía (LR). <b><i>Los mejores rincones de un lugar único.</i></b> .....p.31
175. Echevarne, Mauro (LR). <b><i>Comunicación y fundraising. Caso LAIPEC.</i></b> .....p.28	225. García Lamberto, Mariela (LR). <b><i>La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.</i></b> .....p.31
179. Erut, Laura (LR). <b><i>Ética periodística.</i></b> .....p.28	228. Garmendía, María Laura (LR). <b><i>Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.</i></b> .....p.31



229. Garófalo, Mariano (LR). **La comunicación interna como herramienta estratégica para una auto imagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.**  
.....p.31
232. Gelabert, Agustina (LR). **Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.**  
.....p.32
240. Giusto, Natacha (LR). **Fusión cultural.**  
.....p.32
245. Gómez Sánchez, María Alejandra (LR). **Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.**  
.....p.33
250. González, Mariana (LR). **El Big Bang nacional.**  
.....p.33
252. González Massenio, Diego H. (LR). **Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.**  
.....p.33
253. Grehan, María José (LR). **Ice-Shake. Primer helado sin cadena de frío.**  
.....p.33
263. Gunning, Pablo (LR). **El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.**  
.....p.34
274. Hernando, Paula (LR). **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.**  
.....p.34
276. Heyaca, María Eugenia (LR). **Manuela Rosas. Primera relacionista pública argentina.**  
.....p.34
278. Horvat, Aldana (LR). **El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.**  
.....p.35
286. Jáuregui, Florencia (LR). **Relaciones Públicas cinco estrellas.**  
.....p.35
310. Lautieri, María Celeste (LR). **Las Relaciones Públicas dentro de la industria farmacéutica.**  
.....p.37
311. Lavenia, María Victoria (LR). **Fusiones y adquisiciones en Argentina.**  
.....p.37
312. Laventman, Edith (LR). **Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.**  
.....p.37
313. Lee, Eugenia (LR). **Relaciones peligrosas. La mujer y las Relaciones Públicas.**  
.....p.37
315. León, María del Pilar (LR). **La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.**  
.....p.37
320. Liberman, Marisa (LR). **Comunicación vs. recaudación de fondos para las ONG's.**  
.....p.38
321. Litvak, Laura G. (LR). **¡La familia! PyME's familiares y Relaciones Públicas.**  
.....p.37
324. Locreille, María Eugenia (LR). **La función del departamento de Relaciones Públicas.**  
.....p.38
331. López Arestín, Agustina (LR). **Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.**  
.....p.38
333. Loustau, Agustina (LR). **Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa, en la mentede los públicos externos de las empresas de servicios.**  
.....p.38
338. Luna, Anahí Luján (LR). **Las Relaciones Públicas, más allá de los paradigmas tradicionales.**  
.....p.39
353. Marmetto, Martín Andrés (LR). **Plan de comunicación para cadenas de retail.**  
.....p.40
356. Martín, Romina Vanesa (LR). **Marca país Argentina. Una problemática a resolver.**  
.....p.40
365. Mazar Barnett, Juliana Sabrina (LR). **Ciberumores.**  
.....p.41
371. Mendizábal, Carolina R. (LR). **La desmotivación en acción.**  
.....p.41
373. Mercado, Rita Elizabeth (LR). **El activo más valioso.**  
.....p.41
379. Miragaya, Julieta (LR). **Afrontar la crisis con altura.**  
.....p.41
383. Moledo, Valeria (LR). **Las Pelaciones Públicas en las PyME's.**  
.....p.41
384. Molina, Jesica Andrea (LR). **La imagen de los peajes de la costa.**  
.....p.42
388. Moreno, Hernán (LR). **Violencia en el futbol.**  
.....p.42

390. Moughty Cueto, Pamela (LR). <b>Consultoras gastronómicas.</b>	438. Pérez Cuervo, Mariana (LR). <b>Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación en las Organizaciones No Gubernamentales.</b>
.....p.42	.....p.46
391. Mouján, María Inés (LR). <b>Responsabilidad social empresaria.</b>	440. Piazzoni, Cynthia (LR). <b>Exportar la marca argentina.</b>
.....p.42	.....p.46
393. Mraz, Jesica (LR). <b>Redescubriendo al Dircom.</b>	441. Piccinini, Ligia (LR). <b>Comunicación hospitalaria.</b>
.....p.42	.....p.46
395. Mustazza, Mariela Alejandra (LR). <b>La influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.</b>	444. Pizzoglio, Patricio (LR). <b>Comunicación y marketing político.</b>
.....p.43	.....p.46
396. Nahuelanca, María Marta (LR). <b>Responsabilidad social de las empresas.</b>	445. Planas, Sebastián (LR). <b>La imagen ecoturística de la Antártida.</b>
.....p.42	.....p.46
407. Orcajada, María Noel (LR). <b>La tercera dimensión. El bien público.</b>	449. Podestá, Paola (LR). <b>Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.</b>
.....p.43	.....p.46
408. Origoni, Alejandro (LR). <b>Las Relaciones Públicas en la República Argentina.</b>	454. Portela, Patricia (LR). <b>Consultoría en imagen y comunicación política.</b>
.....p.43	.....p.47
414. Otero, Diego M. (LR). <b>Las Relaciones Públicas como herramienta.</b>	470. Ramognini, Victoria (LR). <b>Auditoría de imagen en el sector público: Una herramienta para la prevención de crisis.</b>
.....p.44	.....p.48
417. Pane, Vanessa Julieta (LR). <b>El tango en el mundo contemporáneo.</b>	475. Ravettini, Ezequiel (LR). <b>Las Relaciones Públicas en la red.</b>
.....p.44	.....p.48
419. Panossian, Carolina Vanesa (LR). <b>Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.</b>	491. Rodríguez, María Luján (LR). <b>Imagen de marca: Patagonia Sur.</b>
.....p.44	.....p.49
420. Parella Terriel, Alejo (LR). <b>Imagen de artistas de rock.</b>	494. Rodríguez Menzer, Leticia (LR). <b>La transformación de los medios de comunicación en herramientas propagandísticas durante la guerra de Irak.</b>
.....p.44	.....p.49
421. Parotti, Luciana (LR). <b>Las Relaciones Públicas en las empresas de eventos.</b>	497. Roisi, Carolina (LR). <b>Satisfacción como diferenciador.</b>
.....p.44	.....p.49
425. Paternó, Juan Ignacio (LR). <b>La campaña política no cesa.</b>	498. Rojo, Marcela (LR). <b>Estrategias de comunicación institucional.</b>
.....p.45	.....p.49
429. Pedevilla, Albano (LR). <b>Marketing farmacéutico.</b>	503. Rouffet, Dominique (LR). <b>Las Relaciones Públicas y la actividad diplomática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones Públicas al servicio exterior.</b>
.....p.45	.....p.50
434. Pereyra, César (LR). <b>Issues Management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.</b>	504. Rozenwasser, Marcela (LR). <b>Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte del problema.</b>
.....p.45	.....p.50
435. Pereyra Moine, Luz (LR). <b>Mujeres al poder. La mujer y el management.</b>	
.....p.45	

518. Sánchez, Silvina Laura (LR). <b>Ética profesional y Públicas.</b> .....p.51	602. Vázquez, María Eugenia (LR). <b>Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.</b> .....p.56
520. Sánchez Vila, Marina (LR). <b>Imagen institucional del Jardín de Infantes St. Martin in the Fields.</b> .....p.51	605. Vázquez Goizueta, María Florencia (LR). <b>Internet. Una nueva herramienta de comunicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.</b> .....p.56
522. Santillán, María Candelaria (LR). <b>Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyME's argentinas de servicios del 2000.</b> .....p.51	607. Vento, Vanesa Lorena (LR). <b>Transgénicos, ¿oposición o simple ignorancia?</b> .....p.56
524. Sardi, Florencia (LR). <b>Tic's en el ámbito empresarial (Tecnologías de Información y Comunicación).</b> .....p.51	612. Verschoor, Eliane (LR). <b>La gestión de crisis.</b> .....p.57
529. Schejtman, Clarisa (LR). <b>Relaciones Públicas en la sociedad civil argentina.</b> .....p.51	619. Viola, Martin Pablo (LR). <b>Circulaciones netas pagadas.</b> .....p.57
530. Scietti, Nicolás (LR). <b>Un lugar deseado.</b> .....p.51	624. Wolff, Carolina (LR). <b>Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.</b> .....p.57
531. Sciola, María Victoria (LR). <b>Espejismos de plata. Identidad Nacional Argentina.</b> .....p.52	629. Zambrano de Belling, Patricia (LR). <b>Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.</b> .....p.58
536. Selva, Diego (LR). <b>La era de despidos masivos.</b> .....p.52	633. Zayas, Mariana (LR). <b>Si se puede, a casa. Teletrabajo.</b> .....p.58
539. Shalom, Nurit (LR). <b>Cuando los vientos de cambio soplan...</b> .....p.52	
545. Sliwkin, Marcelo Javier (LR). <b>Tango / 04 - comunicando país.</b> .....p.52	
551. Souriguez, Facundo (LR). <b>Comunicación corporativa. La comunicación como herramienta de gestión.</b> .....p.53	
555. Stafforini, Agustina (LR). <b>Plan de comunicaciones integradas: Caso Máxima AFJP.</b> .....p.53	
571. Taddei, Elisabet (LR). <b>La psicología social.</b> .....p.54	
581. Terranova, Rosana (LR). <b>La perdurabilidad de la imagen (sociedad posmoderna).</b> .....p.55	
588. Torres Roldán, María Soledad (LR). <b>Edward Bernays Freud.</b> .....p.55	
601. Vass, Romina Pamela (LR). <b>Cambio de imagen de la Policía Federal Argentina.</b> .....p.56	

**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. Son un objeto permanente de estudio de los estudiantes de la Facultad de Diseño y Comunicación.

En los últimos decenios, las organizaciones han establecido nuevos sistemas de gestión para satisfacer en cada medio las demandas y expectativas destinadas a eficientizar el aparato productivo. Estas acciones se organizan simultáneamente con la disposición de nuevas fórmulas de funcionamiento en estrategias de gestión y comunicación para la proyección de la organización en el contexto socioeconómico.

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. Los propósitos y acciones de esta temática son:

> Estudiar las empresas de bienes y servicios, las condiciones y perspectivas, en el contexto de la globalización desde la perspectiva de los campos disciplinares del Diseño y la Comunicación.

> Estudiar los nuevos conceptos de producción, circulación y consumo, de bienes y servicios, y su relación con los requerimientos formulados al campo del Diseño y la Comunicación.

> Estudiar la dinámica de los sectores del mercado, y su relación con el Diseño y la Comunicación como factores integrados al proceso de producción y relevar y registrar las especificidades del sector público y la sociedad civil en relación con el quehacer empresarial, focalizando estos ámbitos en el marco de las disciplinas del Diseño y la Comunicación.

> Relevar y registrar las demandas de conocimiento generadas desde el mercado para establecer procesos óptimos en la enseñanza del diseño y la comunicación.

En esta línea se agrupan los siguientes Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

611. **@LABORATORIOS. Marketing Farmacéutico.** Verrier, Julieta. ....p.57

87. **Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado español.** Burnet, Carolina. ....p.22

379. **Afrontar la crisis con altura.** Miragaya, Julieta. ....p.41

333. **Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa, en la mente de los públicos externos de las empresas de servicios.** Loustau, Agustina. ....p.38

602. **Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.** Vázquez, María Eugenia. ....p.56

470. **Auditoria de imagen en el sector público: Una herramienta para la prevención de crisis.** Ramognini, Victoria. ....p.48

37. **Baby marketing.** Arnau, Lorena. ....p.19

36. **Bodegas Giandinotto.** Armiñán Boccoardo, Carolina. ....p.19

487. **¡Buena presencia excluyente!.** Rodríguez, Andrea. ....p.49

601. **Cambio de imagen de la policía federal argentina.** Vass, Romina Pamela. ....p.56

9. **Cambios en las comunicaciones (RRPP).** Albónico, Marcelo Alberto. ....p.17

618. **Canales de distribución. Sector relojero.** Vinocur, Ariel. ....p.57

619. **Circulaciones netas pagadas.** Viola, Martín Pablo. ....p.57

1. **Club Atlético Boca Juniors: Identidad e Imagen.** Abal, Luciano. ....p.17

558. **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.** Stettlet, Paula. ....p.53

302. **Color, cultura y consumo.** La Spina, Edgardo. ....p.36

351. **Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el Diente.** Marengo, Alejo. ....p.40

436. <b>Comunicación con diferentes “re-medios”.</b> Pérez, Felicitas. .....p.45	568. <b>Crisis, la oportunidad escondida.</b> Swinyard, José Luis. .....p.54
249. <b>Comunicación interna en empresas de servicios.</b> González, María Soledad. .....p.33	539. <b>Cuando los vientos de cambio soplan...</b> Shalom, Nurit. .....p.52
154. <b>Comunicación interna en las organizaciones.</b> Czerwonogora, Natalia. .....p.27	212. <b>Cuestión de imagen.</b> Fiore Sastre, Natalia. .....p.30
312. <b>Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.</b> Laventman, Edith. .....p.37	347. <b>Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.</b> Manera, María Elena. .....p.39
320. <b>Comunicación vs. recaudación de fondos para as ONG’s.</b> Liberman, Marisa. .....p.33	254. <b>D.M.I Documento Multinacional de Identidad.</b> Grimaldi, Maximiliano. .....p.33
175. <b>Comunicación y fundraising. Caso LALCEC.</b> Echevarne, Mauro. .....p.28	373. <b>El activo más valioso.</b> Mercado, Rita Elizabeth. .....p.41
187. <b>Comunicaciones integradas para PyMEs. La comunicación integrada, eje del gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.</b> Etchepare, María Eugenia. .....p.29	250. <b>El big bang nacional.</b> González, Mariana. .....p.33
355. <b>Comunicar desde la imagen.</b> Martin, Mariana S. .....p.40	404. <b>El espejo del marketing directo.</b> Oller, María Belén. .....p.43
551. <b>Comunicación corporativa.</b> Souriguez, Facundo. .....p.53	589. <b>El sponsor en el fútbol.</b> Tosi, Nicolás. .....p.55
444. <b>Comunicación y marketing político.</b> Pizzoglio, Patricio. .....p.46	56. <b>El manejo de la comunicación en la guerra de Irak.</b> Basaldúa, María Agustina. .....p.20
354. <b>¡Conocerás a tus clientes!.</b> Marsó, María Magdalena. .....p.40	386. <b>El mapa del tesoro oculto. Publicidad turística.</b> Mombrú, Marcelo. .....p.42
196. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Fazzari, Verónica Fernanda. .....p.29	479. <b>El marketing directo.</b> Ridner, Débora. .....p.48
390. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Moughty Cueto, Pamela. .....p.42	382. <b>El marketing promocional.</b> Mohadeb, Jessica. .....p.42
454. <b>Consultoría en imagen y comunicación política.</b> Portela, Patricia. .....p.47	242. <b>El negocio de los lubricantes.</b> Gómez, Carolina. .....p.32
152. <b>Corporate citizenship.</b> Cundo, Anika. .....p.26	587. <b>El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.</b> Torres Moreno, Carolina. .....p.55
217. <b>Crisis: cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.</b> Furrer, Rosa Analía. .....p.31	71. <b>El pensamiento estratégico dentro de la empresa.</b> Boeykens, Paula. .....p.21
	278. <b>El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.</b> Horvat, Aldana. .....p.35

413. <b>El posicionamiento del turismo argentino.</b> Otegui, Romina. .....p.44	311. <b>Fusiones y adquisiciones en Argentina.</b> Lavenia, María Victoria. .....p.37
397. <b>El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.</b> Nápoli, Horacio. .....p.43	231. <b>Globalización.</b> Gay, Josefina. .....p.32
49. <b>El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.</b> Balza, Santiago Javier. .....p.20	438. <b>Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación para las organizaciones no gubernamentales.</b> Pérez Cuervo, Mariana. .....p.46
262. <b>Empresa de telecomunicación: La comunicación de una imagen.</b> Gugliermetti, Ana Laura. .....p.34	253. <b>Ice-shake. Primer helado sin cadena de frío.</b> Grehan, María José. .....p.33
232. <b>Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.</b> Gelabert, Agustina. .....p.32	27. <b>Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso Repsol-YPF.</b> Angiorama, Carolina. .....p.18
531. <b>Espejismos de plata. Identidad nacional argentina.</b> Sciola, María Victoria. .....p.52	420. <b>Imagen de artistas de rock.</b> Parella Terriel, Alejo. .....p.44
13. <b>Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la Argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.</b> Alfonsín, María Laura. .....p.17	624. <b>Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.</b> Wolff, Carolina. .....p.58
4. <b>Estética y shopping.</b> Abramek, Karen. .....p.17	576. <b>Imagen empresaria en los servicios públicos.</b> Targize, Verónica. .....p.54
111. <b>Ética en las Relaciones Públicas.</b> Carluccio, María Victoria. .....p.24	520. <b>Imagen institucional del jardín de infantes St. Martin in the Fields.</b> Sánchez Vila, Marina. .....p.51
518. <b>Ética profesional y Relaciones Públicas.</b> Sánchez, Silvina Laura. .....p.51	451. <b>Imagen perfilada.</b> Poliak, Karina. .....p.46
98. <b>Eventos promocionales en períodos de vacaciones.</b> Camozzi, Alejandro. .....p.23	363. <b>Impacto creativo vs. imagen corporativa.</b> Massun, Verónica. .....p.40
616. <b>Exportación de un producto artesanal.</b> Villagra, Verónica. .....p.57	625. <b>Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.</b> Wolff, Gabriela. .....p.58
307. <b>Fue, es y será, siempre Coca-Cola.</b> Lareo, Soledad. .....p.37	434. <b>Issues management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.</b> Pereyra, César. .....p.45
240. <b>Fusión cultural.</b> Giusto, Natacha. .....p.32	140. <b>La cerveza y su envase.</b> Colell, Ingrid. .....p.26
67. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> Blanco, Lilian. .....p.21	141. <b>La comunicación al servicio de las buenas causas.</b> Colli, Cecilia. .....p.26
156. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> D'Amore, Florencia. .....p.27	208. <b>La comunicación corporativa en el plan de crisis.</b> Ferrero, Federico. .....p.30

133. <b>La comunicación corporativa en el rubro óptico.</b> Churba, Romina. .....p.25	93. <b>La imagen de Argentina.</b> Cáceres, Claudia. .....p.23
183. <b>La comunicación de los productos farmacéuticos.</b> Esponda, Georgina. .....p.29	68. <b>La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.</b> Blanco, Marina. .....p.21
489. <b>La comunicación filantrópica en Argentina.</b> Rodríguez, Ignacio Sebastián. .....p.49	384. <b>La imagen de los peajes de la costa.</b> Molina, Jessica Andrea. .....p.42
123. <b>La comunicación institucional en las empresas.</b> Cavalli, Diego E. .....p.25	445. <b>La imagen ecoturística de la Antártida.</b> Planas, Sebastián. .....p.46
229. <b>La comunicación interna como herramienta estratégica para una autoimagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.</b> Garófalo, Mariano. .....p.31	151. <b>La imagen interna de las empresas familiares.</b> Cruz, Marina. .....p.26
211. <b>La comunicación interna en los call centers.</b> Fiorante, María Lia. .....p.30	95. <b>La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - hoteles cinco estrellas.</b> Cali, Daniela. .....p.23
225. <b>La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.</b> García Lamberto, Mariela. .....p.31	181. <b>La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.</b> Escobedo, Marcela. .....p.28
371. <b>La desmotivación en acción.</b> Mendizábal, Carolina R. .....p.41	621. <b>La necesidad de lo específico. Marketing directo.</b> Vivona, Ana Paula. .....p.57
536. <b>La era de despidos masivos.</b> Selva, Diego. .....p.52	69. <b>La nueva comunicación política.</b> Boeris, Gimena. .....p.21
173. <b>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</b> Dubove, Paula. .....p.28	150. <b>La nueva comunicación política.</b> Cossio, María Ángeles. .....p.26
57. <b>La expansión de la microempresa en Argentina.</b> Bello, Susana. .....p.20	572. <b>La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.</b> Tagliani, Juan Ignacio. .....p.54
191. <b>La familia en la empresa.</b> Fano, Soledad. .....p.29	164. <b>La pelota de oro. El negocio de el fútbol.</b> Di Gregorio, Leandro. .....p.27
321. <b>¡La familia! PyMEs familiares y Relaciones Públicas.</b> Litvak, Laura G. .....p.38	581. <b>La perdurabilidad de la imagen (sociedad posmoderna).</b> Terranova, Rosana. .....p.55
612. <b>La gestión en crisis.</b> Verschoor, Eliane. .....p.57	389. <b>La promesa suntuaria.</b> Mosquera, María del Carmen. .....p.42
334. <b>La guerra promocional entre Coca y Pepsi.</b> Loyato, Ileana. .....p.38	315. <b>La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.</b> León, María del Pilar. .....p.37
44. <b>La imagen como motivadora de participación empresaria.</b> Badias, Patricia. .....p.19	58. <b>La responsabilidad social.</b> Benítez, Celeste. .....p.20

466. **La seducción del perfume.** Ramírez, Karina.  
.....p.47
174. **La situación actual de Argentina (crisis).**  
Echagüe, Guillermo.  
.....p.28
104. **La sponsorización en el tenis.** Carbajo, Carolina.  
.....p.23
407. **La tercera dimensión el bien público.** Orcajada,  
María Noel.  
.....p.43
494. **La transformación de los medios de comuni-  
cación en herramientas propagandísticas durante  
la guerra de Irak.** Rodríguez Menzer, Leticia.  
.....p.49
358. **La última decisión. Publicidad láctea.** Martínez  
Baquero, Gustavo.  
.....p.40
213. **La UNESCO y la opinión pública.** Ferreri, María  
José.  
.....p.30
244. **Laboratorios beta. Su imagen en el mercado  
farmacéutico argentino.** Gómez Martino, María Laura.  
.....p.32
91. **Las PyMEs y la publicidad.** Caba, Karina.  
.....p.23
414. **Las Relaciones Públicas como herramienta.**  
Otero, Diego M.  
.....p.44
310. **Las Relaciones Públicas dentro de la industria  
farmacéutica.** Lautieri, María Celeste.  
.....p.37
109. **Las Relaciones Públicas empresariales en Ar-  
gentina.** Carlesso, Ricardo J.  
.....p.24
421. **Las Relaciones Públicas en las empresas de  
eventos.** Parotti, Luciana.  
.....p.44
124. **Las Relaciones Públicas en las PyMEs.**  
Centanaro, Martín Alejandro.  
.....p.25
383. **Las Relaciones Públicas en las PyMEs.** Moledo,  
Valeria.  
.....p.42
201. **Las Relaciones Públicas, el deporte amateur,  
y el patrocinio.** Fernández de Cieza, Marcela Andrea.  
.....p.30
338. **Las Relaciones Públicas, más allá de los para-  
digmas tradicionales.** Luna, Anahí Luján.  
.....p.39
503. **Las Relaciones Públicas y la actividad diplo-  
mática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones  
Públicas al servicio exterior.** Rouffet, Dominique.  
.....p.50
198. **Las Relaciones Públicas y la logística.** Fenley,  
Laura.  
.....p.30
24. **Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino  
hacia el desarrollo sustentable.** Amigo, Agustina.  
.....p.18
101. **Las Relaciones Públicas y su relación con la  
industria hotelera internacional.** Campodónico,  
Analía.  
.....p.23
205. **Levi's y la discriminación.** Fernández Pelayo,  
Anabella.  
.....p.30
173. **Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen  
en la era de la globalización.** Dubove, Paula.  
.....p.28
564. **Lo más profundo de lo superficial.** Suárez, Mariana  
Laura.  
.....p.54
350. **Los movimientos anticorativos. Las multi-  
nacionales bajo la lupa.** Marconi, Paula Soledad.  
.....p.39
105. **Los objetivos que persigue la filantropía cor-  
porativa.** Carballo, Karina.  
.....p.23
276. **Manuela Rosas. Primera relacionista pública  
argentina.** Heyaca, María Eugenia.  
.....p.35
331. **Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.**  
López Arestín, Agustina.  
.....p.38
3. **Marketing de base de datos.** Abraham, Pablo.  
.....p.17
484. **Marketing de juguetes.** Riverós, María Dolores.  
.....p.48
623. **Marketing deportivo.** Winkler, Gerardo.  
.....p.57
591. **Marketing directo y crisis.** Trucco, Sofía.  
.....p.55



429. <b>Marketing farmacéutico.</b> Pedevilla, Albano. .....p.45	594. <b>Posicionamiento, imagen y estrategias.</b> Urabayen, Carla Paola. .....p.56
561. <b>Marketing farmacéutico.</b> Stoppel, Jessica. .....p.53	298. <b>Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.</b> Klas, Tamara. .....p.36
375. <b>Marketing filantrópico.</b> Merlo, Analía. .....p.41	416. <b>Proyecto Mediados.</b> Panattoni, Sebastián. .....p.44
26. <b>Mc Donald's: Comunicación interna.</b> Andrés, Marianela. .....p.18	393. <b>Redescubriendo al Dircom.</b> Mraz, Jesica. .....p.42
348. <b>Media-boarding.</b> Maqui, Ignacio. .....p.39	114. <b>Relaciones museísticas.</b> Carrizo Guglielmino, María Pía. .....p.24
34. <b>Megaproductos.</b> Argento, Ricardo. .....p.19	286. <b>Relaciones Públicas cinco estrellas.</b> Jáuregui, Flo- rencia. .....p.35
246. <b>Micro patriotismo en busca del macro patrio- tismo.</b> Gonçalves, Alfonso Jorge. .....p.33	396. <b>Responsabilidad social de las empresas.</b> Nahuelanca, María Marta. .....p.42
432. <b>Moda 100% argentina.</b> Perales del Castillo, Fernanda. .....p.45	65. <b>Responsabilidad social empresaria.</b> Bignoli, Laura. .....p.21
357. <b>Nuestras débiles voluntades. Política y publi- cidad.</b> Martín Nicastro, Gonzalo. .....p.40	391. <b>Responsabilidad social empresaria.</b> Mouján, María Inés. .....p.42
617. <b>Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.</b> Villarreal, Silvana Florencia. .....p.57	541. <b>Responsabilidad social empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.</b> Simonassi, Ana Lorena. .....p.52
447. <b>Pasión por el fútbol.</b> Plúgel, Erica Lorena. .....p.46	497. <b>Satisfacción como diferenciador.</b> Roisi, Carolina. .....p.49
155. <b>Pensar global, actuar local.</b> D'agnino, Soledad. .....p.27	230. <b>Se vende cultura. El mercado del arte.</b> Gavioli Bleta, Laila. .....p.32
264. <b>Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.</b> Hanono, Paula. .....p.34	443. <b>Ser o no ser. Como se vende el teatro en la argentina.</b> Pinto, Carla Romina. .....p.46
308. <b>Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la empresa.</b> Larrandart, Miguel. .....p.37	633. <b>Si se puede, a casa. Teletrabajo.</b> Zayas, Mariana. .....p.58
2. <b>Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Píano S.A.</b> Abecasis, Bárbara. .....p.17	504. <b>Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte de el problema.</b> Rozenwasser, Marcela. .....p.50
31. <b>¿Políticos creativos o creativos políticos?.</b> Aranda, Juan F. .....p.19	115. <b>Sinergia en la iglesia católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la iglesia católica.</b> Casado, María Belén. .....p.24
6. <b>Posible deterioro de la imagen.</b> Agotegaray, So- ledad. .....p.17	

343. <b>Solos o acompañados.</b> Mahfud, María José.	p.39
222. <b>Sponsor, estrella publicitaria.</b> Gammuto, Andrés Sebastián.	p.31
409. <b>Sponsor; una jugada de taquito.</b> Orlando, Julieta.	p.44
524. <b>Tic's en el ámbito empresarial (Tecnologías de Información y Comunicación).</b> Sardi, Florencia.	p.51
607. <b>Transgénicos, ¿oposición o simple ignorancia?</b> Vento, Vanesa Lorena.	p.56
51. <b>Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.</b> Bardini, Martín.	p.20
629. <b>Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.</b> Zambrano de Belling, Patricia.	p.58
530. <b>Un lugar deseado.</b> Scietti, Nicolás.	p.51
517. <b>Un mercado en crisis. Diseño y producción de indumentaria y textil (Modas).</b> Sammartino, María Laura.	p.51
341. <b>Un país. Una empresa: Arcor.</b> Machiavelli, Silvina.	p.39
210. <b>Viento blanco.</b> Figueras, Cristian.	p.30
388. <b>Violencia en el fútbol.</b> Moreno, Hernán.	p.42
492. <b>Yo, tú, él... Nosotros. La comunicación interpersonal.</b> Rodríguez, Nancy Fernanda.	p.49
630. <b>YPF. La comunicación de una empresa privada.</b> Zamit, Gustavo Alejandro.	p.58
266. <b>Zapatillas, marketing y... ¿violencia?</b> Hardy Hulme, Jennifer.	p.34

## **Marcas**

La marca constituye actualmente uno de los elementos más significativos de la sociedad contemporánea, tanto en lo referente al mercado de producción, como a los procesos de circulación y de significación en el ámbito cultural. Como generadora de valor, la marca es considerada como unidad de análisis sintetizadora de cuestiones referidas al mercado, a las prácticas culturales, a la construcción de identidades y a los patrones estéticos. Los estudios sobre el surgimiento, posicionamiento y comportamiento de las marcas han sido realizados en forma fragmentaria, y en la actualidad no se registran abordajes integrales, que permitan secuenciar los impactos y transformaciones de las que fueron objeto. 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.

Los propósitos y acciones de esta temática son:

- > Rescatar y preservar el patrimonio visual, cultural y económico que constituyen las marcas comerciales.
- > Investigar y analizar el proceso gráfico y evolutivo de las marcas, desde sus inicios a la actualidad.
- > Realizar una historia integral de las marcas nacionales que posean una amplia trayectoria, tradición y persistencia.
- > Analizar las marcas transformadas en genéricos.
- > Relevar, registrar y analizar la relación de las marcas con la dinámica de las organizaciones empresariales.
- > Analizar el alcance de la marca en los procesos de comunicación.

En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

508. <b>Alma, lencería femenina.</b> Ruggieri, Silvana.	p.50
290. <b>Crisis e imagen de Marca-país.</b> Jordán, Joaquín.	p.36
428. <b>Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.</b> Pecini, Inés.	p.45
340. <b>El avance de las marcas.</b> Luna Requena, Patricio.	p.39
535. <b>El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto argentino.</b> Secchi, Mariela Celina.	p.52
317. <b>El culto al consumo.</b> Lerer, Verónica Laura.	p.37
119. <b>El mundial de las marcas.</b> Castelletti, Vanina.	p.24
440. <b>Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.</b> Polastri, Juliana	p.46

450. **Exportar la marca argentina.** Piazzoni, Cynthia.  
.....p.45
398. **Fidelización, soborno y extorsión.** Neira, Hernán.  
.....p.43
455. **Huellas que dejan marcas.** Portell, Mariana.  
.....p.47
255. **Identidad cultural del Barrio de La Boca.** Grobocopatel, Natalia.  
.....p.33
491. **Imagen de marca: Patagonia Sur.** Rodríguez, María Luján.  
.....p.49
74. **La fidelidad de las marcas.** Bonadeo, Martín.  
.....p.21
596. **La fidelidad del consumidor.** Uva, Juliana María.  
.....p.56
283. **La guerra de las marcas: Líderes vs. propias.** Irigaray y Asúa, Verónica Inés.  
.....p.35
318. **La imagen vs. el precio.** Lescano Cameriere, Florencia.  
.....p.37
238. **La marca como entidad corporativa.** Giménez, Silvina Martha.  
.....p.32
136. **La marca como identidad comparativa - proyecto editorial.** Clavier Grüber, María Jeannette.  
.....p.25
168. **La personalidad de marcas.** Díaz Brennan, Natalia.  
.....p.28
146. **Made in Argentina: para nosotros y para el mundo.** Coppola, Patricia.  
.....p.26
415. **Made in casa. Marcas propias.** Palermo, María de la Paz.  
.....p.44
356. **Marca-país argentina. Una problemática a resolver.** Martín, Romina Vanesa.  
.....p.40
378. **Marca: personaje. Construcción de imagen de personajes populares.** Milano, Pablo.  
.....p.41
237. **Marcas en momentos de crisis.** Giménez, Sebastián.  
.....p.32
376. **Marcas propias.** Micó, Gonzalo.  
.....p.41
431. **Marcas propias en supermercados.** Pelliza, Mariano.  
.....p.45
500. **Moda, identidad y consumo.** Román, Verónica.  
.....p.50
372. **Moda e identificación.** Merayo, María Gabriela.  
.....p.41
277. **Museo Etnográfico entre la memoria y la comunicación.** Hokama, Ezequiel.  
.....p.35
76. **No hay mal que dure cine años. Pero remedios, sí. Caso: Bayer, Bayaspirina / Cafiaspirina.** Bonora, Gabriela.  
.....p.22
477. **Proyecto Argentina diseño integral. Argentina textil / Argentina gráfica / Argentina industrial / Argentina multimedial.** Repetto Benavides, Matías.  
.....p.48
525. **Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.** Sastri, Alejandro.  
.....p.51
206. **Señales de identidad.** Ferrando, Débora.  
.....p.30
545. **Tango / 04 - comunicando país.** Sliwkin, Marcelo Javier.  
.....p.52
159. **Tango, mate y otras yerbas (Marca-país).** De Carlo, Daniela.  
.....p.27
345. **Traducción simbólica de marcas competitivas.** Majdalani, María Guadalupe.  
.....p.39

## 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 dimensiones valorativas de las mismas.

La presencia de los medios determina las lógicas de las necesidades contemporáneas, modelando las demandas y realizando propuestas que ligán la producción y el consumo, mientras adhiere posibilidades de difusión de modos de vida y expresiones culturales. Son ámbitos de creación y de renovada influencia en las experiencias de lo público y lo privado.

Medios gráficos, televisión, radio, cine y nuevos medios digitales, son soportes privilegiados de reproducción de saberes, de concepciones estéticas, de información, y de múltiples estrategias que determinan la idea de mundo y sus posibilidades de transformación.

El estudio integral del repertorio de procesos artísticos, estéticos, creativos, y sus correspondientes 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 la Comunicación.

Los propósitos y acciones de esta temática son:

> Analizar la historia de los medios, evolución, difusión, y vinculación con las corrientes artísticas, focalizando tradiciones e innovaciones.

> Relevar, describir y analizar la producción de medios a partir de géneros, lenguajes y estilos, en el campo del diseño y las comunicaciones.

> Estudiar los medios en el escenario de las nuevas tecnologías, en cuanto a su estructura, dinámica y alcances.

> Estudiar el impacto y significación de los medios en la conformación de la vida cotidiana pública y privada. El uso y los efectos institucionales, sociales, empresariales y de circulación de bienes y servicios y consumo de los mismos.

> Estudiar los medios como variable estratégica para la gestión de empresas, instituciones y personas.

> Analizar las cuestiones éticas de los medios y el rol de los profesionales en la comunicación responsable. En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

610. **24 horas frente a las noticias.** Veronesi, Carlos.  
.....p.57
622. **Adicción gris. Consumo compulsivo.** Volpi, Andrea Vanesa.  
.....p.57
330. **Adictos la información. Internet.** López, Sergio.  
.....p.38
186. **Ahora decimos P.N.T.** Etchebehere, Catalina.  
.....p.29
584. **Aliados de la publicidad.** Tomassini, Sebastián.  
.....p.55
131. **Análisis comparativo entre la publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.** Chiera, Christian Javier.  
.....p.25
449. **Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.** Podestá, Paola.  
.....p.46
509. **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en publicidad.** Ruiz, Lucas Matías Enrique.  
.....p.50
274. **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.** Hernando, Paula.  
.....p.34
193. **Bienvenida sea la muerte al mundo de la publicidad.** Faricelli, Virginia.  
.....p.29
265. **Biopics. Mujeres famosas en el cine.** Harari, Alberto.  
.....p.34
400. **Cadena perpetua a la publicidad engañosa.** Niedzwiecki, Marina.  
.....p.43
483. **Cambios de hábitos.** Rivas Francisco, Claudia.  
.....p.48
326. **Campaña integral de bien público. Drogas.** Longueira, Soledad.  
.....p.38
614. **Canal nueve, canal nuevo.** Vijnovsky, Hernán.  
.....p.57
257. **Centrales en el medio.** Guastini, María Emilia.  
.....p.33
365. **Ciberumores.** Mazar Barnett, Juliana Sabrina.  
.....p.41
96. **Cine independiente argentino de los '90.** Callari, Marta.  
.....p.23
327. **Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.** López, María Laura.  
.....p.38
534. **Comics y cartoons en la publicidad.** Scuka, Hernán Diego.  
.....p.52
522. **Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyMEs argentinas de servicios del 2000.** Santillán, María Candelaria.  
.....p.51

325. **Cómo leer a un adolescente.** Lolich Corvalán, Luciana.  
.....p.38
47. **Como tal... La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.** Balbinot, Gabriel.  
.....p.20
441. **Comunicación hospitalaria.** Piccinini, Ligia.  
.....p.46
514. **Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.** Salcovich, Fabiana.  
.....p.50
562. **Construcción imagen política del candidato en la televisión.** Straffezza Olaizola, Severo.  
.....p.53
442. **Consumiendo letras.** Piñeiro Olloqui, Romina.  
.....p.46
527. **Consumo de tabaco y restricciones a su publicidad.** Scaramella, Julieta.  
.....p.51
597. **Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.** Vaistub, Vanesa.  
.....p.56
167. **Creatividad dirigida al sector de público joven.** Diaz Andrade, Martín.  
.....p.27
85. **Creatividad e innovación en la estrategia de medios.** Brüel, Victoria.  
.....p.22
366. **Creatividad en internet. El nuevo desafío publicitario.** Mazzocchi, Mauro César.  
.....p.41
243. **Crisis publicitaria, causas y consecuencias.** Gómez Magariños, Samanta Vanesa.  
.....p.32
339. **Cuando la imagen vale mas que mil palabras.** Luna, Jorge Sebastián.  
.....p.39
166. **Cuando los músicos no improvisan.** Di Venezia, Flavia.  
.....p.27
556. **Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.** Stagnaro, Mauricio.  
.....p.53
121. **Culto a falsos dioses. Los ídolos de la televisión.** Cattani, Pablo Javier.  
.....p.25
102. **Dame "Mass" Rock.** Capitini, María Fernanda.  
.....p.23
452. **Deliciosa al paladar.** Poliero, Pablo.  
.....p.46
306. **De los cadáveres exquisitos al MTV.** Lanne, Javier.  
.....p.37
180. **De mi no rías. La publicidad que discrimina.** Escati Peñaloza, Luciana.  
.....p.28
282. **Desafíos del Mercosur a la publicidad institucional.** Iraola, Julián.  
.....p.35
289. **Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.** Johnson, Martín.  
.....p.36
110. **Diario La Puerta.** Carletti, Fabiana.  
.....p.24
54. **Diario Panorama Semanal.** Barrancos, Martín H.  
.....p.20
55. **Diseño editorial y cultura joven.** Barreiro, María Leonor.  
.....p.20
467. **Dos revistas y su banda.** Ramírez, María de las Mercedes.  
.....p.47
5. **Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción para mejorar los efectos de la televisión.** Agasi, María Jimena.  
.....p.17
588. **Edward Bernays Freud.** Torres Roldán, María Soledad.  
.....p.55
251. **El Big Bang nacional.** Gonzalez Benavidez, Mariana.  
.....p.33
574. **El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.** Tamagni, Karina.  
.....p.54
412. **El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.** Otaño, Tomás Carlos.  
.....p.44
292. **El banner y su guión técnico.** Kalmus, Mariano.  
.....p.36
92. **El bien y el mal.** Cabezón, Gustavo.  
.....p.23

143. <b>El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?</b> . Conti Gómez, María Teresa. .....p.26	72. <b>El nuevo rol social de la publicidad como forma de comunicación.</b> Bogunovich, Georgina Analía. .....p.21
502. <b>El cable en primer plano.</b> Rossi, Gabriela. .....p.50	405. <b>El nuevo varón postmoderno en la publicidad.</b> Ollerros, María Cecilia. .....p.43
113. <b>El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.</b> Carrizo, Fabiana M. .....p.24	117. <b>El oeste, semanario de caseros.</b> Caserta, Gabriela. .....p.24
361. <b>El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.</b> Martos, Federico Nicolás. .....p.40	21. <b>El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.</b> Álvarez, Pablo Mario. .....p.18
459. <b>El curandero. Historia de un hombre solo.</b> Prelat, María Mercedes. .....p.47	216. <b>El público joven de AM.</b> Frost, Lorena Paula. .....p.31
423. <b>El discurso psicológico en publicidad.</b> Passerini, Mauricio. .....p.45	437. <b>El punto de venta.</b> Pérez, Gustavo. .....p.45
359. <b>El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.</b> Martínez Ventura, Eugenia Belén. .....p.40	226. <b>El rol de la creatividad en la publicidad argentina actual.</b> García Rabell, Emmanuel. .....p.31
387. <b>El espectáculo. Nuevo co-equiper de la creatividad publicitaria.</b> Momdjian, Yanina Melina. .....p.42	263. <b>El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.</b> Gunning, Pablo. .....p.34
284. <b>El futuro de la Publicidad.</b> Jahnke, Kathrin. .....p.35	99. <b>El rumor. Un anónimo con nombre y apellido.</b> Campana, Carlos Federico. .....p.23
458. <b>El humor aplicado a la publicidad.</b> Prat, Eugenia. .....p.47	573. <b>El Sida en los medios de comunicación.</b> Tagliani, Hernán. .....p.54
569. <b>El humor como técnica creativa.</b> Szalai, Federico. .....p.54	417. <b>El tango en el mundo contemporáneo.</b> Pane, Vanessa Julieta. .....p.44
521. <b>El jazz en la Argentina.</b> Sandoval, Gonzalo. .....p.51	608. <b>El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.</b> Ventura, Martín. .....p.57
565. <b>El lado publicitario de la música.</b> Sucheras, Rafael. .....p.53	258. <b>El video clip, ¿una vuelta al cine mudo?</b> Güemes, María Rosa. .....p.33
128. <b>El loft aplicado a la vivienda en siglo XX-XXI en Buenos Aires.</b> Chang, Han Ni. .....p.25	215. <b>En busca de una auténtica remake.</b> Fontela Vázquez, Marcelo. .....p.31
579. <b>El mercado de los niños.</b> Tavello, Mariana. .....p.55	281. <b>En búsqueda de una identidad.</b> Imposa, María de las M. .....p.35
223. <b>El micromundo de la premiación publicitaria.</b> Gándola, María Juliana. .....p.31	496. <b>Escalando las mentes.</b> Rogato, Rosana. .....p.49
538. <b>El mito andrógino.</b> Sgattoni, Martín. .....p.52	41. <b>Escondidos detrás del anonimato.</b> Audisio, Patricia. .....p.19
53. <b>El mundo de las figuras retóricas.</b> Barone, Mariana. .....p.20	

460. <b>Estado del arte. Comunicación global.</b> Prina, Alejandro. .....p.47	269. <b>Homo consumidor. Consumidor masculino posmoderno.</b> Hecker, Andrea. .....p.34
19. <b>Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.</b> Álvarez, María Eva. .....p.18	523. <b>Hoy arte y publicidad.</b> Saralegui, Mariana. .....p.51
370. <b>Estereotipos femeninos.</b> Méndez, María de las M. .....p.41	550. <b>Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.</b> Soto, Juan Diego. .....p.53
411. <b>Estética y narrativa en la TV argentina de los '90.</b> Oscaris, Hernán. .....p.44	90. <b>Identidad sonora.</b> Bustos Fernández, Percy. .....p.22
424. <b>Estilo creativo argentino vs. Estilo creativo brasileño.</b> Pastore, Pablo. .....p.45	45. <b>Imagen vs. moda.</b> Bagur, Nazareth. .....p.19
179. <b>Ética periodística.</b> Erut, Laura. .....p.28	419. <b>Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.</b> Panossian, Carolina Vanesa. .....p.44
559. <b>Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y publicidad.</b> Stisman, Silvina. .....p.53	252. <b>Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.</b> González Massenio, Diego H. .....p.33
546. <b>Familia y publicidad en la posmodernidad.</b> Somalo, Marianela. .....p.52	228. <b>Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.</b> Garmendia, María Laura. .....p.31
381. <b>Festivales publicitarios, la trastienda.</b> Modolo, Cintia Karina. .....p.42	15. <b>Jingle Bells.</b> Almejún, Marcelo. .....p.18
599. <b>Filmando ideas.</b> Valiño, María de las Victorias. .....p.56	600. <b>Juguemos a la tele...</b> Vardé, María Alejandra. .....p.56
241. <b>Fuera de tanda.</b> Golstein, Yamila. .....p.32	280. <b>Juguemos en el bosque... (ética publicitaria).</b> Ibarra García, Ignacio. .....p.35
32. <b>Fundraising.</b> Aranovich, Silvina D. .....p.19	50. <b>Kioscomanía.</b> Barabani, Federico. .....p.20
305. <b>Fútbol S.A.</b> Lande, Marcela. .....p.37	620. <b>La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.</b> Viñas, Mariana. .....p.57
374. <b>Globalización y patterns publicitarios.</b> Merendoni, Daniel. .....p.41	570. <b>La belleza como adicción.</b> Tabak, María. .....p.54
142. <b>Gracias al humor. Remedio chino infalible.</b> Colzani, Georgina. .....p.26	425. <b>La campaña política no cesa.</b> Paternó, Juan Ignacio. .....p.45
122. <b> Holding de medios en la Argentina.</b> Cavalli, Constanza. .....p.25	533. <b>La compra de espacios en medios, claves para una óptima negociación.</b> Scolnic, Sabrina. .....p.52
481. <b>Hollywood en las tandas.</b> Riera, Paula Gimena. .....p.48	446. <b>La construcción de la identidad a través de la moda.</b> Plazibat, María Mercedes. .....p.46
	195. <b>La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.</b> Farré Boldú, Eulalia. .....p.29

448. <b>La creatividad publicitaria pensada para chicos.</b> Poblete, Fernando. .....p.46	554. <b>La mirada indiscreta.</b> Srajo Rocco, Leticia. .....p.53
510. <b>La efectividad en la creatividad publicitaria.</b> Ruiz, Rodrigo Hernán. .....p.50	273. <b>La moda como comunicador político.</b> Hernández, María Paula. .....p.34
582. <b>La evolución del departamento de medios.</b> Terzano, Martín Gabriel. .....p.55	427. <b>La moda y la política.</b> Paur, Verónica. .....p.45
377. <b>La fuente de la eterna juventud.</b> Milán, María Julieta. .....p.41	190. <b>La moda y la publicidad.</b> Faiatt, Carolina. .....p.29
324. <b>La función del departamento de Relaciones Públicas.</b> Locreille, María Eugenia. .....p.38	342. <b>La mujer argentina y la publicidad.</b> Magurno, Marina. .....p.39
220. <b>La globalización en publicidad.</b> Galié, María Clara. .....p.31	163. <b>La mujer y la publicidad.</b> Di Giorgio, María Silvina. .....p.27
566. <b>La globalización en publicidad.</b> Suraniti, Ariel Pablo. .....p.54	125. <b>La mutación de los cuerpos.</b> Cerutti, Paula. .....p.25
126. <b>La hegemonía de las tres "P".</b> César, Joaquín. .....p.25	97. <b>La otra publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.</b> Calvani, Pablo. .....p.23
171. <b>La identidad global.</b> Dominguez, Ana Laura. .....p.28	79. <b>La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.</b> Bozzalla, Analía. .....p.22
493. <b>La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.</b> Rodríguez, Roxana. .....p.49	207. <b>La profundidad de lo superficial.</b> Ferrari, Silvina. .....p.30
480. <b>La imagen distorsionada.</b> Riemer, Diego. .....p.48	430. <b>La publicidad argentina de los '90 como espectáculo.</b> Pedreschi, Romina. .....p.45
272. <b>La imagen y la palabra en publicidad.</b> Hernández, María Florencia. .....p.34	537. <b>La publicidad como espectáculo.</b> Seriani, Jorge. .....p.52
221. <b>La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.</b> Gálvez, Hernán Ariel. .....p.31	316. <b>La publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.</b> Leonetti, María Florencia. .....p.37
10. <b>La importancia de la imagen pública.</b> Albuixech, Cecilia. .....p.17	247. <b>La publicidad en el Mercosur. Barreras culturales.</b> Gontier, Gisela. .....p.33
395. <b>Influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.</b> Mustazza, Mariela Alejandra. .....p.43	158. <b>La publicidad en la era global.</b> Dayán Peralta, Victoria. .....p.27
465. <b>La Internet y sus influencias.</b> Raisman, Ricardo. .....p.47	25. <b>La publicidad no tradicional en el cine.</b> Amran, Lorena. .....p.18
598. <b>La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.</b> Valcarenghi, Agustín. .....p.56	549. <b>La publicidad que vende publicidad.</b> Sosa Caballero, María G. .....p.53
	182. <b>La publicidad responsable.</b> Espiño, Victoria Lucía. .....p.28



360. **La publicidad social.** Martire, Julieta.  
.....p.40
613. **La Publicidad subliminal.** Vidal, Luz.  
.....p.56
367. **La Publicidad y el fútbol amateur infantil.** Mazzucco, Sebastián Guillermo.  
.....p.41
604. **La publicidad y los más pequeños.** Vázquez, Verónica.  
.....p.56
401. **La radiografía de una imagen.** Obiglio, Cecilia.  
.....p.43
478. **La responsabilidad social de la publicidad.** Rey, María Florencia.  
.....p.48
144. **La Ribera. Un nuevo semanario.** Coppari, Eliana.  
.....p.26
145. **La segmentación de los medios gráficos.** Coppari, Sabrina.  
.....p.26
560. **La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.** Stolarz, Betiana.  
.....p.53
368. **La televisión en busca del futuro.** Melo, Silvia Cristina.  
.....p.41
578. **La temeraria señorita ética.** Tartarelli, Diego.  
.....p.55
464. **La trastienda.** Quiroga, Sol.  
.....p.47
344. **¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la publicidad.** Maierú, Gabriela Silvia.  
.....p.39
94. **Las fronteras de la creatividad.** Cadile, María Laura.  
.....p.23
485. **Las máscaras de la posmodernidad.** Roca, Yanina.  
.....p.48
475. **Las Relaciones Públicas en la red.** Ravettini, Ezequiel.  
.....p.48
408. **Las Relaciones Públicas en la República Argentina.** Origoni, Alejandro.  
.....p.43
103. **Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.** Capria, María Cecilia.  
.....p.23
149. **Lo simbólico nos invade.** Cosentino, María Elina.  
.....p.26
78. **Los animales y la publicidad.** Bouvet, Francisco Antonio.  
.....p.22
586. **Los avances de programas en la tanda publicitaria.** Torreiro, Christian.  
.....p.55
52. **Los caminos de la creatividad.** Bari, Laura.  
.....p.20
287. **¿Los creativos reemplazan el área de cuentas?** Jebesen, Mónica.  
.....p.35
364. **Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.** Maximino, Carla.  
.....p.41
433. **Los hijos del consumo.** Percal, Tamara.  
.....p.45
188. **Los límites de la publicidad.** Etchevarne, Federico.  
.....p.29
43. **Los medios de comunicación como grupos de presión.** Avati, Daniela.  
.....p.19
299. **Los medios de comunicación y la publicidad.** Knop, Fabiola.  
.....p.36
224. **Los mejores rincones de un lugar único.** Garat, Sofía.  
.....p.31
463. **Los modelos corporales del discurso publicitario.** Querciotti, Mariela.  
.....p.47
204. **Los niños y los medios electrónicos.** Fernández Fernández, Maribel.  
.....p.30
116. **Los patterns locales en el Mercosur.** Casal, María Alejandra.  
.....p.24
235. **Los pequeños telespectadores (de 3 a 6 años).** Giacomazzi, Gabriela.  
.....p.32
22. **Los sentimientos en la publicidad.** Álvarez del Valle, Eugenia.  
.....p.18
563. **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.** Straijer, Martin.  
.....p.54

11. <b>Marketing de base de datos.</b> Alcaraz, Alicia Soledad. .....p.17	482. <b>Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.</b> Riu, Germán. .....p.48
17. <b>Medios y globalización.</b> Alsina, Florencia. .....p.18	236. <b>Patrocinio deportivo.</b> Giacomelli, Federico. .....p.32
369. <b>Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.</b> Méndez, Julio César. .....p.41	575. <b>Pauta invasiva. La publicidad en la vida privada.</b> Tapia, Carolina. .....p.54
89. <b>Mercado grande. Consumidores chicos.</b> Bustillo, Pia M. .....p.22	209. <b>Persuasivo vendedor, silencioso pero efectivo. El color.</b> Ferreyra, Claudia. .....p.30
137. <b>Mercosur.</b> Clavier Grüber, María Milagros. .....p.25	353. <b>Plan de comunicación para cadenas de retail.</b> Marmetto, Martin Andrés. .....p.40
75. <b>Mercosur publicitario.</b> Bongarrá, Carolina. .....p.21	555. <b>Plan de comunicaciones integradas: Caso Máxima AFJP.</b> Stafforini, Agustina. .....p.53
329. <b>Mi querida Argentina.</b> López, Rocío. .....p.38	169. <b>PNT. La nueva protagonista de la pantalla.</b> Distasio, Nataly. .....p.28
309. <b>Modas creativas.</b> Lauría, Luciano. .....p.37	456. <b>Poder en publicidad.</b> Portillo, Gonzalo. .....p.47
471. <b>Modelos de eticidad que formula la publicidad.</b> Rampoldi, María Florencia. .....p.48	118. <b>Política y Relaciones Públicas.</b> Casimiro, María Mercedes. .....p.24
106. <b>Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la publicidad argentina.</b> Cárcamo, Mario Gabriel. .....p.24	627. <b>Políticos en campaña ¿propaganda o publicidad?.</b> Woscoff, Florencia Paula. .....p.58
227. <b>Music adline. El limite entre lo publicitario y lo discográfico.</b> García Roggero, Silvana. .....p.31	138. <b>Por qué y cómo el sonido comunica.</b> Cleiman Can, Gastón. .....p.26
192. <b>Naturaleza y mercado.</b> Farhi, Mariela. .....p.29	177. <b>Prevención de la drogadicción.</b> Elías, Virginia. .....p.28
632. <b>Ni el huevo, ni la gallina. Ideas.</b> Zanutto, Leonardo Ariel. .....p.58	261. <b>Promoción de productos alimenticios y su marco legal.</b> Guglielmino, Guido. .....p.34
129. <b>Niños dentro del discurso publicitario.</b> Charra, Claudina. .....p.25	499. <b>PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.</b> Rolando, Sebastián E. .....p.49
323. <b>Nueve divas del cine y la moda.</b> Lizarraga, Luis. .....p.38	542. <b>Publicidad, el octavo arte.</b> Simonelli, Carolina. .....p.52
592. <b>Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.</b> Turner, Patricia. .....p.55	139. <b>Publicidad: El simulacro.</b> Clementti, Priscila. .....p.26
540. <b>Para Ti. Evolución del diseño y la mujer actual.</b> Silvetti, María. .....p.52	548. <b>Publicidad: Su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.</b> Soriano, Diego Hernán. .....p.53
399. <b>Paraísos prohibidos. La comunicación de la marihuana.</b> Nelson, Pablo Javier. .....p.43	

553. <b>Publicidad interactiva.</b> Spini, Romina. .....p.53	529. <b>Relaciones Públicas en la sociedad civil argentina.</b> Schejtman, Clarisa. .....p.51
219. <b>Publicidad no tradicional.</b> Gaidolfi, Silvana. .....p.31	130. <b>Relaciones Públicas y bien público.</b> Chico Giusti, María Carolina. .....p.25
83. <b>Publicidad no tradicional - innovación constante.</b> Brocca, Mariela Leonor. .....p.22	39. <b>Revalorizar la publicidad.</b> Arroyo, Mauro. .....p.19
422. <b>Publicidad rechazada o rechazo a la publicidad.</b> Parra Barbero, Fernando. .....p.44	380. <b>Revolución Underground.</b> Moccia, Leandro Agustín. .....p.42
332. <b>Publicidad rechazada. La publicidad que nadie ve.</b> López Ascárate, Carolina. .....p.38	270. <b>Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.</b> Hecker, Cecilia. .....p.34
200. <b>Publicidad subliminal.</b> Fernández, María Dolores. .....p.30	304. <b>Santa estrategia.</b> Labaton, Dana. .....p.37
336. <b>¿Publicidad subliminal o mensajes inadvertidos?</b> Luchía Puig, Mercedes. .....p.39	267. <b>Se hace camino al crear. Publicidad gráfica de los '60 y '90.</b> Haury, Susana. .....p.34
631. <b>Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.</b> Zamora, Hernán Diego. .....p.58	593. <b>Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.</b> Ubeira Salim, Matías. .....p.56
595. <b>Publicidad verde.</b> Urrutia, Laura Verónica. .....p.56	501. <b>Segmentación vs. discriminación.</b> Romero, Paula. .....p.50
256. <b>Publicidad y bien público.</b> Grossi, Mara. .....p.33	453. <b>Señales de humor.</b> Polliedri, Pablo. .....p.46
439. <b>Publicidad y modelo de exclusión social.</b> Pérsico, Juan. .....p.46	426. <b>Serás flaca o no serás nada.</b> Patrón Sánchez, Verónica. .....p.45
293. <b>Publicidad y religión en los medios de Argentina en el período 1990-2000.</b> Katz, Leandro. .....p.36	260. <b>Sexo polisémico.</b> Guerrero Dewey, Silvina. .....p.34
30. <b>Publicultura. La publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.</b> Aprile, Romina. .....p.19	513. <b>Sexos en guerra, ¿aprieta y gana? Programas de televisión.</b> Sacco, Sebastián Carlos. .....p.50
178. <b>Publicidad vs publicidad. La publicidad comparativa en la argentina.</b> Elola, Martín Ignacio. .....p.28	153. <b>Sexualidad publicitaria.</b> Cuniberti, Laura. .....p.26
528. <b>¿Qué ves cuando me ves? Juventud y televisión.</b> Schab, Ana. .....p.51	248. <b>Sexualidad, jóvenes y publicidad.</b> González, Jerónimo. .....p.33
203. <b>Radio AM y opinión pública.</b> Fernández Delamer, Martín. .....p.30	33. <b>¡Si no lo viste, perdiste! La publicidad audiovisual de los '90.</b> Arcusin, Laura Mariana. .....p.19
234. <b>Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + MKT uno a uno.</b> Ghioldi, Aldana. .....p.32	184. <b>Sida y comunicación.</b> Estévez, Andrea. .....p.29
	328. <b>Sida: no mirar; no decir; no escuchar (censura).</b> López, María Victoria. .....p.38

259. <b>Sobredosis de sexo.</b> Guerrero, Analía. .....	p.33
268. <b>Solidaridad vs. vida, una apuesta desapareja.</b> Hayd, Elly. .....	p.34
461. <b>Stanley Kubrick: Cine intelectual.</b> Pronzato, Victoria. .....	p.47
197. <b>Surf.ar el mercado del surf en argentina.</b> Federico, Patricio. .....	p.29
239. <b>Tiempos de imagen masculina.</b> Giorgi, Silvina. .....	p.32
214. <b>¡Todo cambia! La relación entre la publicidad y la sociedad argentina.</b> Flores, María de las Mercedes. .....	p.30
199. <b>Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.</b> Fernández, Claudia Gabriela. .....	p.30
303. <b>Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.</b> La Venia, Mariano. .....	p.36
583. <b>Un análisis al análisis de medios.</b> Toledo, Ulises Carlos. .....	p.54
474. <b>Un cambio en las reglas de juego.</b> Ratto, Javier. .....	p.48
148. <b>Un mundo de cinco siglos.</b> Cortejarena, Nancy. .....	p.26
402. <b>Una cuestión de imagen. La política mediaticizada.</b> Ojeda, María Sol. .....	p.43
403. <b>Una sociedad que no envejece.</b> Oliveira, Karina. .....	p.43
469. <b>Unheimlinch, cine de terror</b> Ramírez, Ramiro. .....	p.47
516. <b>Vida privada y publicidad.</b> Sallenave, Eduardo. .....	p.50
40. <b>Western Spaghetti - guión.</b> Aubone, Adrián José. .....	p.19
20. <b>¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.</b> Álvarez, Marina Luz. .....	p.18
134. <b>¡Yo también!.</b> Ciccone, Lara. .....	p.25

## **Nuevas Tecnologías**

La explosión tecnológica ha generado una serie de cambios importantes en el mundo del diseño y las comunicaciones aplicadas. 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.

La difusión tecnológica aporta estilos novedosos en los modelos organizativos de las empresas, y un cambio en las modalidades de producir y consumir. 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. Los propósitos y acciones de esta temática son:

> Relevar el mapa de ofertas tecnológicas relacionadas con el Diseño y la Comunicación, registrando tipos, características, estructuras y alcances.

> Estudiar la incidencia y la determinación de las nuevas tecnologías, en tanto herramientas, en las modalidades de creación y difusión en el proceso del Diseño y la Comunicación.

> Estudiar la dinámica de los cambios generados en la formación profesional a partir de la difusión e implementación de las nuevas tecnologías como factor clave en las condiciones de creación y producción.

> Realizar estudios que procuren elaborar un diagnóstico de situación de los marcos teórico-conceptuales disponibles, respecto de las nuevas tecnologías con relación al Diseño y la Comunicación.

> Realizar diagnósticos del perfil de recursos humanos, en tanto características de formación y capacitación en el campo de las nuevas tecnologías, orientado a establecer una dinámica de renovación permanente de la currícula de estudio.

En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el período 1993-2004:

70. <b>Animación digital, la fábrica de sueños en casa.</b> Boero, Agustín. .....	p.21
271. <b>Avances tecnológicos aplicados a la música.</b> Herbstein, Andrés Nicolás. .....	p.34
172. <b>El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.</b> Dorfman, Matías. .....	p.28
88. <b>Electro urbe. Cultura electrónica.</b> Buschiazzo, María Sol. .....	p.22
245. <b>Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.</b> Gómez Sánchez, María Alejandra. .....	p.32

218. <b>Guía multimedia del Hatha-Yoga.</b> Gago, Julián. .....p.31	77. <b>Realidad vs. virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.</b> Bottarini, Ariadna. .....p.22
609. <b>Hipercomunicación.</b> Vereá, Carlos Sebastián. .....p.57	127. <b>Renderizando la comunicación.</b> Cevasco, Pablo Javier. .....p.25
285. <b>Impacto de las nuevas tecnologías en el diseño de interiores.</b> Jakowczuk, Gisela. .....p.35	322. <b>Técnicas de producción textil. Acabados re- volucionarios para la moda y el diseño.</b> Litvin, Bettina Daniela. .....p.38
519. <b>Internet.</b> Sánchez Botello, Laura. .....p.51	352. <b>Tecnohumanización.</b> Marín, Natalia. .....p.40
605. <b>Internet. Una nueva herramienta de comu- nicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.</b> Vázquez Goizueta, María Flores. .....p.56	147. <b>Tecnología sobre nieve.</b> Córdoba, Natalia. .....p.26
418. <b>La computación en el proceso creativo.</b> Paniagua, Darío. .....p.44	473. <b>Televisión interactiva. El medio del futuro.</b> Rastatter, Sebastián. .....p.48
100. <b>La imagen digital.</b> Camplone, Leonardo. .....p.23	80. <b>Tercerización internacional de proyectos para Internet desde la Argentina.</b> Bradford, Daniel Ángel. .....p.22
544. <b>La influencia del satélite en cable.</b> Sleizer, Daniel. .....p.52	157. <b>Utilización de Internet para potenciar los ne- gocios.</b> Daneri, Ezequiel. .....p.27
385. <b>La tecnología como ficción posmoderna.</b> Molina, Noel. .....p.42	82. <b>Utilización de un software en planificación de medios.</b> Brichetti, Eliana. .....p.22
279. <b>La virtualización de la sensación.</b> Ibarra, Andrea E .....p.35	16. <b>Vivienda inteligente vs. vivienda ecológica.</b> Alonso, Andrea. .....p.18
406. <b>Los envases y las nuevas tecnologías.</b> Oltolina, Valeria. .....p.43	
42. <b>Narrativa interactiva. ¿Cómo narrar en un me- dio interactivo?.</b> Avalle, Laura. .....p.19	
112. <b>Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.</b> Carra, José Federico. .....p.24	
35. <b>PET, pasado, presente y futuro.</b> Arias, Leticia. .....p.19	
162. <b>Produser - una herramienta informática.</b> De Mingo, Esteban. .....p.27	
81. <b>Promociones en Internet.</b> Braier, Paola. .....p.22	
233. <b>Publicidad electrónica.</b> Ghidotti, Carolina. .....p.32	

## ***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.

Los propósitos y acciones de esta temática son:

- > Realizar un mapa los perfiles profesionales demandados en la práctica del Diseño y la Comunicación.
  - > Estudiar las modalidades del ejercicio de las profesiones en torno al Diseño y la Comunicación.
  - > Detectar problemáticas éticas que involucran el ejercicio de la profesión.
  - > Realizar estudios de las características y alcances de la práctica profesional para generar procesos de actualización curricular provenientes de los estudios de campo.
- En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el periodo 1993-2004:

615. ***Comunicación política en la dictadura y en la democracia.*** Villa, Marcela Corina.  
.....p.57
349. ***Creativos, al frente.*** Marasco Benítez, María Zoraida.  
.....p.40
498. ***Estrategias de comunicación institucional.*** Rojo, Marcela.  
.....p.49
23. ***El deporte y la moda.*** Alzugaray, Julia.  
.....p.18
29. ***El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.*** Apesteguía, María Alejandra.  
.....p.18
626. ***El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.*** Won, María Ester.  
.....p.58
288. ***La mediación institucionalizada.*** Jinich, Ariana M.  
.....p.35
59. ***La mujer en el ámbito laboral.*** Benítez Freire, Goldine.  
.....p.20

64. ***La programación neurolingüística y barreras en las comunicación interna.*** Biestro, María Laura.  
.....p.21
571. ***La psicología social.*** Taddei, Elisabet.  
.....p.54
62. ***Mediación del profesional de relaciones públicas en los programas de capacitación gerencial.*** Bezzi, Fernanda.  
.....p.21
435. ***Mujeres al poder. La mujer y el management.*** Pereyra Moine, Luz.  
.....p.45
313. ***Relaciones peligrosas. La mujer y las relaciones públicas.*** Lee, Eugenia.  
.....p.37
18. ***Responsabilidad social de las empresas argentinas.*** Altounián, Daniel Ricardo.  
.....p.18

## ***Producción de objetos 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 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.

Los propósitos y acciones de esta temática:

> Realizar estudios y registros históricos de los objetos, de las obras y su relación con los ámbitos de circulación, que contribuyan a la revisión de las teorías que tradicionalmente han orientado su comprensión.

> Relevar y registrar las tipologías de objetos pertenecientes al campo del Diseño y la Comunicación en cuanto a los aspectos funcionales, técnicos, instrumentales y estéticos.

> Identificar la creación y producción de objetos a partir de la determinación de las demandas y posibilidades reales formuladas por instituciones, procesos económicos, formas de comportamiento de la sociedad, innovaciones tecnológicas.

> Proyectar y diseñar objetos en función de estudios de campo, para promover innovaciones óptimas en las prácticas de la vida cotidiana social y colectiva, pública y privada.

En esta línea se agrupan los Trabajos Finales de Grado producidos en la Facultad de Diseño y Comunicación en el periodo 1993-2004:

291. **¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcionalidad?**. Jun, Hye Ran.  
.....p.36
606. **Ainoa: Empresa de diseño de indumentaria**. Vázquez Martínez, Ainoa.  
.....p.55
580. **Aires Pop**. Taverna, Agustina.  
.....p.54
337. **Arquitectura efímera**. Luis, Verónica.  
.....p.38
73. **Binocular. Proyecto editorial**. Bohtlingk, Agustina.  
.....p.21
362. **Bodega Finca Don Nicolás**. Masimiani, Geraldine.  
.....p.40
319. **Bricks & clicks. Comportamiento del consumidor**. Levin, Gabriela.  
.....p.38

28. **Cada edificio, una idea**. Annan, María Florencia.  
.....p.18
108. **Cava del director; vinos varietales**. Carlesi, Ana Eugenia.  
.....p.24
14. **Celebrity Shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo**. Alfonso, Alejandra Marcela.  
.....p.18
552. **Cirugía estética. La cosmética del siglo XXI**. Spina, María Elcira.  
.....p.53
194. **Cocina abierta en los espacios comerciales**. Fariña Puyol, Marcelo F.  
.....p.29
300. **Color. El simbolismo del color en el diseño de interiores**. Kotliar, Yael.  
.....p.36
66. **Color e imagen en los envases Tetra Brik Aseptic**. Birolo, María Belén.  
.....p.21
84. **Comunicación alternativa (Benetton-Toscani)**. Bronzini, Karina.  
.....p.22
86. **Creación de un nuevo producto**. Bugnone, María Victoria.  
.....p.22
585. **Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria**. Torre, Vanina.  
.....p.55
468. **Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea**. Ramírez, María Gabriela.  
.....p.47
335. **Diseño de packaging. Ecología y diseño**. Lubreto, Luciana.  
.....p.39
590. **El color en la indumentaria y su influencia en el individuo**. Tribulo, Juliana.  
.....p.55
392. **El consumidor de supermercados**. Moujan, María Marta.  
.....p.42
472. **El diseño de interiores a fin de siglo**. Ranchillo, Marcela.  
.....p.48
294. **El diseño de interiores en los locales gastronómicos**. Katz, Sandra.  
.....p.36

457. **El diseño de moda inspirado en la naturaleza.** Potocko, Verónica.  
.....p.47
301. **El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.** Krenkel, Carolina.  
.....p.36
314. **El feng shui. El feng shui en restaurantes.** Legeren, Martina.  
.....p.37
8. **El lenguaje a través de la indumentaria laboral.** Albano, Erica Melina.  
.....p.17
476. **EL MALBA: Innovación arquitectónica en función del arte.** Renner, Camila Zoe.  
.....p.48
512. **El medio como edificio.** Russo, Pablo E.  
.....p.50
567. **El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.** Surribas, María Florencia.  
.....p.54
161. **El niño y los espacios. La vivienda y el jardín de infantes (de 0 a 6 años).** De los Santos, María Victoria.  
.....p.27
577. **El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.** Tarnaruder, Mariela Ariela.  
.....p.54
557. **El shopping center. Un mundo de sensaciones.** Stein, Marina.  
.....p.53
628. **El supermercado en la argentina: Caso Disco.** Yahía, Natalia.  
.....p.58
63. **Envasando paradigmas. El packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.** Bidegain, Lorena.  
.....p.21
462. **Envases flexibles e impresión flexográfica.** Pulli, Darío Martín.  
.....p.47
176. **Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.** Echevarría, Bárbara.  
.....p.28
132. **Estampados del siglo XX: Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.** Cho, Young Hyon.  
.....p.25
547. **Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.** Sommaruga, María Agustina.  
.....p.53
394. **Guía turística de las grandes superficies.** Murekian, Irina.  
.....p.42
38. **Imagen.** Arriola, Mariano Damián.  
.....p.19
7. **Imagen corporativa en locales comerciales.** Alaniz Gatius, Pamela.  
.....p.17
189. **Indumentaria laboral. Éxito a través del color.** Etcheverry, Angela.  
.....p.29
410. **La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.** Ortega, Damiana.  
.....p.43
532. **La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.** Scioscia, Carla Andrea.  
.....p.52
511. **La fotografía publicitaria.** Russo, María Fernanda.  
.....p.50
603. **La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.** Vázquez, Mónica.  
.....p.56
515. **La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.** Saliba, Mariela.  
.....p.50
486. **La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.** Rodríguez, Alicia.  
.....p.49
46. **La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.** Baik, Alejandro Hyun Chul.  
.....p.20
634. **La influencia del surrealismo en la moda.** Zwirner, Tamara.  
.....p.58
275. **La luz como escena en la vivienda familiar.** Herráez, María Eugenia.  
.....p.34
120. **La onda shopping. Consumo de jóvenes.** Castillo, Mariana.  
.....p.24
200. **La vía pública.** Fernández, Marcela Adriana.  
.....p.30



12. <b>Las vidrieras y su falta de diseño.</b> Ale, Carla Daniela. .....p.17	296. <b>Uniformidad vs. Originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.</b> Kim, Cecilia. .....p.36
543. <b>Los años '50. El fotoperiodismo.</b> Slatkis, Valeria. .....p.52	505. <b>Veo, Veo. Lencería.</b> Rozier, Carolina. .....p.50
135. <b>Los lofts en buenos aires.</b> Clarich, María Fernanda. .....p.25	48. <b>Vestuario teatral en la ópera.</b> Ballestrero, Luciana Paula. .....p.20
506. <b>La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.</b> Ruano, Wanda. .....p.50	61. <b>Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.</b> Beswick, Patricia Elizabeth. .....p.20
170. <b>Los shopping centers.</b> Dobniewski, Natacha. .....p.28	488. <b>Vivir mejor es una elección.</b> Rodríguez, Consuelo. .....p.49
185. <b>Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.</b> Estevez, Andrea Verónica. .....p.29	
295. <b>Manga-anime. Su influencia sobre la moda japonesa.</b> Kim, Analia. .....p.36	
60. <b>Moda y psicología.</b> Berardi, Catalina. .....p.20	
165. <b>Objetos de deseo.</b> Di Rico, Natalia. .....p.27	
495. <b>Packaging de exportación.</b> Rodríguez Presedo, Laura. .....p.49	
507. <b>Packaging. El marketing de los sentidos.</b> Rubaja, Iris. .....p.50	
107. <b>Percepción y diseño de interiores. La importancia de la incidencia de la percepción en el diseño de interiores.</b> Cardoso Cis, María Josefina. .....p.24	
297. <b>¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?.</b> Kim, Susana. .....p.36	
160. <b>Promociones en punto de venta.</b> De Lellis, María Fernanda. .....p.27	
346. <b>Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.</b> Makara, Cynthia Karina. .....p.39	
526. <b>Proyecto Combler.</b> Scalise, Valeria Lorena. .....p.51	
490. <b>Rock y moda.</b> Rodríguez, María Agustina. .....p.49	

611. <b>@LABORATORIOS. Marketing Farmacéutico.</b> Verrier, Julieta. .....p.56	528. <b>¿Qué ves cuando me ves? Juventud y tele- visión.</b> Schab, Ana. .....p.51
487. <b>¡Buena presencia excluyente!</b> Rodríguez, Andrea. .....p.49	610. <b>24 horas frente a las noticias.</b> Veronesi, Carlos. .....p.56
354. <b>¡Conocerás a tus clientes!</b> Marsó, María Magdalena. .....p.40	87. <b>Abriendo fronteras. Exportación de vinos al mercado español.</b> Burnet, Carolina. .....p.22
321. <b>¡La familia! PyMEs familiares y Relaciones Públicas.</b> Litvak, Laura G. .....p.38	622. <b>Adicción gris. Consumo compulsivo.</b> Volpi, Andrea Vanesa. .....p.57
33. <b>¡Si no lo viste, perdiste! La publicidad audio- visual de los '90.</b> Arcusín, Laura Mariana. .....p.19	330. <b>Adictos la información. Internet.</b> López, Sergio. .....p.38
214. <b>¡Todo cambia! La relación entre la publicidad y la sociedad argentina.</b> Flores, María de las Mercedes. .....p.30	379. <b>Afrontar la crisis con altura.</b> Miragaya, Julieta. .....p.41
20. <b>¡Yo quiero! El deseo como motivador de compra.</b> Álvarez, Marina Luz. .....p.18	186. <b>Ahora decimos P.N.T</b> Etchebehere, Catalina. .....p.29
134. <b>¡Yo también!</b> Ciccone, Lara. .....p.25	606. <b>Ainoa: Empresa de diseño de indumentaria.</b> Vázquez Martínez, Ainoa. .....p.56
344. <b>¿Las dueñas del deseo? El cuerpo de la mujer como protagonista de la publicidad.</b> Maierú, Gabriela Silvia. .....p.39	580. <b>Aires Pop.</b> Taverna, Agustina. .....p.55
287. <b>¿Los creativos reemplazan el área de cuentas?</b> Jebesen, Mónica. .....p.35	584. <b>Aliados de la publicidad.</b> Tomassini, Sebastián. .....p.55
31. <b>¿Políticos creativos o creativos políticos?</b> Aranda, Juan F. .....p.19	508. <b>Alma, lencería femenina.</b> Ruggieri, Silvana. .....p.50
291. <b>¿Por qué la gente prefiere la estética de la indumentaria deportiva sin cumplir su funcio- nalidad?</b> Jun, Hye Ran. .....p.35	131. <b>Análisis comparativo entre la publicidad y las promociones en la Argentina de los '90.</b> Chiera, Christian Javier. .....p.25
297. <b>¿Por qué las mujeres siguen vistiendo el jean a pesar de las décadas?</b> Kim, Susana. .....p.36	70. <b>Animación digital, la fábrica de sueños en casa.</b> Boero, Agustín. .....p.21
336. <b>¿Publicidad subliminal o mensajes inadver- tidos?</b> Luchía Puig, Mercedes. .....p.39	333. <b>Ante la mirada de todos. La importancia del público interno en la construcción de la imagen corporativa, en la mente de los públicos externos de las empresas de servicios.</b> Loustau, Agustina. .....p.38
	449. <b>Aristóteles sigue vigente. Cómo actúa la retórica en los discursos sociales.</b> Podestá, Paola. .....p.46

337. **Arquitectura efímera.** Luis, Verónica.  
.....p.38
602. **Asesoramiento sobre medios gráficos y su previo análisis.** Vázquez, María Eugenia.  
.....p.56
470. **Auditoria de imagen en el sector público: Una herramienta para la prevención de crisis.** Ramognini, Victoria.  
.....p.48
271. **Avances tecnológicos aplicados a la música.** Herstein, Andrés Nicolás.  
.....p.34
509. **Avisos que matan de risa. Humor transgresivo en publicidad.** Ruiz, Lucas Matías Enrique.  
.....p.50
37. **Baby marketing.** Arnau, Lorena.  
.....p.19
274. **Barreras públicas. Un aporte de las Relaciones Públicas a la sociedad.** Hernando, Paula.  
.....p.34
193. **Bienvenida sea la muerte al mundo de la publicidad.** Faricelli, Virginia.  
.....p.29
73. **Binocular. Proyecto editorial.** Bohtlingk, Agustina.  
.....p.21
265. **Biopics. Mujeres famosas en el cine.** Harari, Alberto.  
.....p.34
362. **Bodega Finca Don Nicolás.** Masimiani, Geraldine.  
.....p.40
36. **Bodegas Giandinotto.** Armiñán Boccardo, Carolina.  
.....p.19
319. **Bricks & clicks. Comportamiento del consumidor.** Levin, Gabriela.  
.....p.38
28. **Cada edificio, una idea.** Annan, María Florencia.  
.....p.18
400. **Cadena perpetua a la publicidad engañosa.** Niedzwiecki, Marina.  
.....p.43
601. **Cambio de imagen de la policía federal argentina.** Vass, Romina Pamela.  
.....p.56
483. **Cambios de hábitos.** Rivas Francisco, Claudia.  
.....p.48
9. **Cambios en las comunicaciones (RRPP).** Albónico, Marcelo Alberto.  
.....p.17
326. **Campaña integral de bien público. Drogas.** Longueira, Soledad.  
.....p.38
614. **Canal nueve, canal nuevo.** Vijnovsky, Hernán.  
.....p.57
618. **Canales de distribución. Sector relojero.** Vinocur, Ariel.  
.....p.57
108. **Cava del director, vinos varietales.** Carlesi, Ana Eugenia.  
.....p.24
14. **Celebrity Shoes. La imagen publicitaria del calzado deportivo.** Alfonso, Alejandra Marcela.  
.....p.18
257. **Centrales en el medio.** Guastini, María Emilia.  
.....p.33
365. **Ciberumores.** Mazar Barnett, Juliana Sabrina.  
.....p.41
96. **Cine independiente argentino de los '90.** Callari, Marta.  
.....p.23
327. **Cine y moda: El cine como generador de nuevas tendencias de moda.** López, María Laura.  
.....p.38
619. **Circulaciones netas pagadas.** Viola, Martín Pablo.  
.....p.57
552. **Cirugía estética. La cosmética del siglo XXI** Spina, María Elcira.  
.....p.53
1. **Club Atlético Boca Juniors: Identidad e Imagen.** Abal, Luciano.  
.....p.17
558. **Coca vs. Pepsi. El fútbol como medio publicitario de las grandes empresas de bebidas colas.** Stettlet, Paula.  
.....p.53
194. **Cocina abierta en los espacios comerciales.** Fariña Puyol, Marcelo F.  
.....p.29
66. **Color e imagen en los envases Tetra Brik Aseptic.** Birolo, María Belén.  
.....p.21

302. <b>Color, cultura y consumo.</b> La Spina, Edgardo. .....p.36	320. <b>Comunicación vs. recaudación de fondos para as ONG's.</b> Liberman, Marisa. .....p.38
300. <b>Color. El simbolismo del color en el diseño de interiores.</b> Kotliar, Yael. .....p.36	175. <b>Comunicación y fundraising. Caso LALCEC.</b> Echevarne, Mauro. .....p.28
534. <b>Comics y cartoons en la publicidad.</b> Scuka, Hernán Diego. .....p.52	444. <b>Comunicación y marketing político.</b> Pizzoglio, Patricio. .....p.46
522. <b>Cómo evidenciar la necesidad de las Relaciones Públicas en las PyMEs argentinas de servicios del 2000.</b> Santillán, María Candelaria. .....p.51	187. <b>Comunicaciones integradas para PyMEs. La comunicación integrada, eje del gerenciamiento estratégico de Publitec S.A.</b> Etchepare, María Eugenia. .....p.29
351. <b>Cómo las empresas logran orientar su gestión hacia el Diente.</b> Marengo, Alejo. .....p.40	355. <b>Comunicar desde la imagen.</b> Martin, Mariana S. .....p.40
325. <b>Cómo leer a un adolescente.</b> Lolic Corvalán, Luciana. .....p.38	562. <b>Construcción imagen política del candidato en la televisión.</b> Straffezza Olaizola, Severo. .....p.53
47. <b>Como tal.. La influencia publicitaria en la vestimenta de los jóvenes.</b> Balbinot, Gabriel. .....p.20	196. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Fazzari, Verónica Fernanda. .....p.29
84. <b>Comunicación alternativa (Benetton-Toscani).</b> Bronzini, Karina. .....p.22	390. <b>Consultoras gastronómicas.</b> Moughty Cueto, Pamela. .....p.42
436. <b>Comunicación con diferentes "re-medios".</b> Pérez, Felicitas. .....p.45	454. <b>Consultoría en imagen y comunicación política.</b> Portela, Patricia. .....p.47
551. <b>Comunicación corporativa.</b> Souriguez, Facundo. .....p.53	442. <b>Consumiendo letras.</b> Piñeiro Olloqui, Romina. .....p.46
441. <b>Comunicación hospitalaria.</b> Piccinini, Ligia. .....p.46	527. <b>Consumo de tabaco y restricciones a su publicidad.</b> Scaramella, Julieta. .....p.51
249. <b>Comunicación interna en empresas de servicios.</b> González, María Soledad. .....p.33	152. <b>Corporate citizenship.</b> Cundo, Anika. .....p.26
154. <b>Comunicación interna en las organizaciones.</b> Czerwonogora, Natalia. .....p.27	597. <b>Cosmética publicitaria. Manipulación de la imagen.</b> Vaistub, Vanesa. .....p.55
312. <b>Comunicación interna. Una herramienta de la gestión empresarial.</b> Laventman, Edith. .....p.37	86. <b>Creación de un nuevo producto.</b> Bugnone, María Victoria. .....p.22
514. <b>Comunicación persuasiva. Publicidad y religión.</b> Salcovich, Fabiana. .....p.50	167. <b>Creatividad dirigida al sector de público joven.</b> Diaz Andrade, Martín. .....p.27
615. <b>Comunicación política en la dictadura y en la democracia.</b> Villa, Marcela Corina. .....p.57	85. <b>Creatividad e innovación en la estrategia de medios.</b> Brüel, Victoria. .....p.22

366. <b>Creatividad en internet. El nuevo desafío publicitario.</b> Mazzocchi, Mauro César. .....p.41	306. <b>De los cadáveres exquisitos al MTV.</b> Lanne, Javier. .....p.37
349. <b>Creativos, al frente.</b> Marasco Benítez, María Zoraida. .....p.40	180. <b>De mi no rías. La publicidad que discrimina.</b> Escati Peñaloza, Luciana. .....p.28
290. <b>Crisis e imagen de Marca-país.</b> Jordán, Joaquín. .....p.35	452. <b>Deliciosa al paladar.</b> Poliero, Pablo. .....p.46
243. <b>Crisis publicitaria, causas y consecuencias.</b> Gómez Magariños, Samanta Vanesa. .....p.32	282. <b>Desafíos del Mercosur a la publicidad institucional.</b> Iraola, Julián. .....p.35
568. <b>Crisis, la oportunidad escondida.</b> Swinyard, José Luis. .....p.53	468. <b>Desarrollo del packaging de una nueva línea láctea.</b> Ramírez, María Gabriela. .....p.47
217. <b>Crisis: Cuando lo que está en juego es la imagen corporativa.</b> Furrer, Rosa Analía. .....p.31	289. <b>Desde adentro. El lado oscuro de la masonería.</b> Johnson, Martín. .....p.35
339. <b>Cuando la imagen vale mas que mil palabras.</b> Luna, Jorge Sebastián. .....p.39	110. <b>Diario La Puerta.</b> Carletti, Fabiana. .....p.24
166. <b>Cuando los músicos no improvisan.</b> Di Venezia, Flavia. .....p.27	54. <b>Diario Panorama Semanal.</b> Barrancos, Martín H. .....p.20
539. <b>Cuando los vientos de cambio soplan...</b> Shalom, Nurit. .....p.52	428. <b>Dime como te vistes y te diré qué cerveza tomas.</b> Pecini, Inés. .....p.45
556. <b>Cuando se comunica a dos destructores. Tabaco y alcohol.</b> Stagnaro, Mauricio. .....p.53	335. <b>Diseño de packaging. Ecología y diseño.</b> Lubreto, Luciana. .....p.38
585. <b>Cueros argentinos. La industria del cuero y el diseño de indumentaria.</b> Torre, Vanina. .....p.55	55. <b>Diseño editorial y cultura joven.</b> Barreiro, María Leonor. .....p.20
212. <b>Cuestión de imagen.</b> Fiore Sastre, Natalia. .....p.30	467. <b>Dos revistas y su banda.</b> Ramírez, María de las Mercedes. .....p.47
121. <b>Culto a falsos dioses. Los ídolos de la televisión.</b> Cattani, Pablo Javier. .....p.24	5. <b>Educación para los medios audiovisuales. Propuestas de acción para mejorar los efectos de la televisión.</b> Agasi, María Jimena. .....p.17
254. <b>D.M.I Documento Multinacional de Identidad.</b> Grimaldi, Maximiliano. .....p.33	588. <b>Edward Bernays Freud.</b> Torres Roldán, María Soledad. .....p.55
102. <b>Dame "Mass" Rock.</b> Capitini, María Fernanda. .....p.23	574. <b>El "boom" de las publicidades de bebidas alcohólicas.</b> Tamagni, Karina. .....p.54
347. <b>Danone. Análisis técnico y económico para reducir costos de producción y distribución de yogur con cereal.</b> Manera, María Elena. .....p.39	412. <b>El abogado del rating. Calidad de medición de audiencia.</b> Otaño, Tomás Carlos. .....p.44

373. <b>El activo más valioso.</b> Mercado, Rita Elizabeth. .....p.41	359. <b>El diseñador editorial como nexo entre el periodismo gráfico y su público lector.</b> Martínez Ventura, Eugenia Belén. .....p.40
340. <b>El avance de las marcas.</b> Luna Requena, Patricio. .....p.39	472. <b>El diseño de interiores a fin de siglo.</b> Ranchillo, Marcela. .....p.48
292. <b>El banner y su guión técnico.</b> Kalmus, Mariano. .....p.36	294. <b>El diseño de interiores en los locales gastronómicos.</b> Katz, Sandra. .....p.36
92. <b>El bien y el mal.</b> Cabezón, Gustavo. .....p.23	457. <b>El diseño de moda inspirado en la naturaleza.</b> Potocko, Verónica. .....p.47
251. <b>El Big Bang nacional.</b> Gonzalez Benavidez, Mariana. .....p.33	301. <b>El diseño de ropa de trabajo y las fibras inteligentes. El diseño y la utilización de fibras inteligentes en la indumentaria laboral para la industria de la construcción.</b> Krenkel, Carolina. .....p.36
250. <b>El big bang nacional.</b> González, Mariana. .....p.33	387. <b>El espectáculo. Nuevo co-equiper de la creatividad publicitaria.</b> Momdjian, Yanina Melina. .....p.42
143. <b>El blue jean: ¿Símbolo erótico o polémico?.</b> Conti Gómez, María Teresa. .....p.26	404. <b>El espejo del marketing directo.</b> Oller, María Belén. .....p.43
502. <b>El cable en primer plano.</b> Rossi, Gabriela. .....p.49	589. <b>El esponsor en el fútbol.</b> Tosi, Nicolás. .....p.55
113. <b>El cine argentino. La valoración negativa del cine argentino.</b> Carrizo, Fabiana M. .....p.24	314. <b>El feng shui. El feng shui en restaurantes.</b> Legeren, Martina. .....p.37
590. <b>El color en la indumentaria y su influencia en el individuo.</b> Tribulo, Juliana. .....p.55	284. <b>El futuro de la Publicidad.</b> Jahnke, Kathrin. .....p.35
392. <b>El consumidor de supermercados.</b> Moujan, María Marta. .....p.42	458. <b>El humor aplicado a la publicidad.</b> Prat, Eugenia. .....p.47
535. <b>El controvertido arte de posicionar. Las primeras marcas en el contexto argentino.</b> Secchi, Mariela Celina. .....p.51	569. <b>El humor como técnica creativa.</b> Szalai, Federico. .....p.54
361. <b>El cuarto oscuro. La crisis de la publicidad política.</b> Martos, Federico Nicolás. .....p.40	172. <b>El impacto de la fotografía digital sobre la analógica.</b> Dorfman, Matías. .....p.28
317. <b>El culto al consumo.</b> Lerer, Verónica Laura. .....p.37	521. <b>El jazz en la Argentina.</b> Sandoval, Gonzalo. .....p.51
459. <b>El curandero. Historia de un hombre solo.</b> Prelat, María Mercedes. .....p.47	565. <b>El lado publicitario de la música.</b> Sucheras, Rafael. .....p.53
23. <b>El deporte y la moda.</b> Alzugaray, Julia. .....p.18	8. <b>El lenguaje a través de la indumentaria laboral.</b> Albano, Erica Melina. .....p.17
423. <b>El discurso psicológico en publicidad.</b> Passerini, Mauricio. .....p.45	

128. <b>El loft aplicado a la vivienda en siglo XX-XXI en Buenos Aires.</b> Chang, Han Ni. .....p.25	405. <b>El nuevo varón postmoderno en la publicidad.</b> Olleros, María Cecilia. .....p.43
476. <b>EL MALBA: Innovación arquitectónica en función del arte.</b> Renner, Camila Zoe. .....p.48	117. <b>El oeste, semanario de caseros.</b> Caserta, Gabriela. .....p.24
56. <b>El manejo de la comunicación en la guerra de Irak.</b> Basaldúa, María Agustina. .....p.20	21. <b>El patrocinio en el automovilismo argentino. Una alternativa poco explorada.</b> Álvarez, Pablo Mario. .....p.18
386. <b>El mapa del tesoro oculto. Publicidad turística.</b> Mombrú, Marcelo. .....p.42	71. <b>El pensamiento estratégico dentro de la empresa.</b> Boeykens, Paula. .....p.21
479. <b>El marketing directo.</b> Ridner, Débora. .....p.48	278. <b>El posicionamiento del producto a través de las Relaciones Públicas.</b> Horvat, Aldana. .....p.35
382. <b>El marketing promocional.</b> Mohadeb, Jessica. .....p.42	413. <b>El posicionamiento del turismo argentino.</b> Otegui, Romina. .....p.44
512. <b>El medio como edificio.</b> Russo, Pablo E. .....p.50	397. <b>El público interno en función de la imagen corporativa de Metrored.</b> Nápoli, Horacio. .....p.43
579. <b>El mercado de los niños.</b> Tavello, Mariana. .....p.54	216. <b>El público joven de AM.</b> Frost, Lorena Paula. .....p.31
223. <b>El micromundo de la premiación publicitaria.</b> Gándola, María Juliana. .....p.31	437. <b>El punto de venta.</b> Pérez, Gustavo. .....p.45
538. <b>El mito andrógino.</b> Sgattoni, Martín. .....p.52	577. <b>El revival de la dinámica espacial del conventillo, plasmado en las viviendas agrupadas modernas.</b> Tarnaruder, Mariela Ariela. .....p.54
119. <b>El mundial de las marcas.</b> Castelletti, Vanina. .....p.24	49. <b>El rol de la comunicación en la reinserción del ejército en la sociedad argentina.</b> Balza, Santiago Javier. .....p.20
53. <b>El mundo de las figuras retóricas.</b> Barone, Mariana. .....p.20	226. <b>El rol de la creatividad en la publicidad argentina actual.</b> García Rabell, Emmanuel. .....p.31
242. <b>El negocio de los lubricantes.</b> Gómez, Carolina. .....p.32	263. <b>El rol de las Relaciones Públicas frente al marketing.</b> Gunning, Pablo. .....p.34
567. <b>El negocio del vino. Creación de nuevos espacios.</b> Surribas, María Florencia. .....p.53	29. <b>El rol del relacionista público en el ámbito de la capacitación.</b> Apesteeguía, María Alejandra. .....p.18
161. <b>El niño y los espacios. La vivienda y el jardín de infantes (de 0 a 6 años).</b> De los Santos, María Victoria. .....p.27	626. <b>El rol profesional del diseñador. La fusión de la indumentaria infantil entre oriente y occidente.</b> Won, María Ester. .....p.58
587. <b>El nuevo mandato femenino anda sobre ruedas. Caso Ford.</b> Torres Moreno, Carolina. .....p.55	
72. <b>El nuevo rol social de la publicidad como forma de comunicación.</b> Bogunovich, Georgina Analía. .....p.21	

99. <b>El rumor. Un anónimo con nombre y apellido.</b> Campana, Carlos Federico. .....p.23	496. <b>Escalando las mentes.</b> Rogato, Rosana. .....p.49
557. <b>El shopping center. Un mundo de sensaciones.</b> Stein, Marina. .....p.53	176. <b>Escenografía urbana. Una ciudad, una estética.</b> Echevarría, Bárbara. .....p.28
573. <b>El Sida en los medios de comunicación.</b> Tagliani, Hernán. .....p.54	41. <b>Escondidos detrás del anonimato.</b> Audisio, Patricia. .....p.19
628. <b>El supermercadismo en la argentina: Caso Disco.</b> Yahía, Natalia. .....p.58	531. <b>Espejismos de plata. Identidad nacional argentina.</b> Sciola, María Victoria. .....p.52
417. <b>El tango en el mundo contemporáneo.</b> Pane, Vanessa Julieta. .....p.44	13. <b>Estado de la cuestión del sector turístico y de la hospitalidad en la Argentina. Cómo el sector turístico hotelero intenta hacer frente a la crisis.</b> Alfonsín, María Laura. .....p.17
608. <b>El tercer espacio. El cortometraje como nuevo medio publicitario.</b> Ventura, Martín. .....p.57	460. <b>Estado del arte. Comunicación global.</b> Prina, Alejandro. .....p.47
258. <b>El video clip, ¿una vuelta al cine mudo?.</b> Güemes, María Rosa. .....p.33	132. <b>Estampados del siglo XX: Un reflejo de la sociedad y el arte sobre el tejido.</b> Cho, Young Hyon. .....p.25
88. <b>Electro urbe. Cultura electrónica.</b> Buschiazzo, María Sol. .....p.22	19. <b>Estereotipo y mujer en el discurso publicitario.</b> Álvarez, María Eva. .....p.18
262. <b>Empresa de telecomunicación: La comunicación de una imagen.</b> Gugliermetti, Ana Laura. .....p.34	370. <b>Estereotipos femeninos.</b> Méndez, María de las M. .....p.41
232. <b>Empresa familiar. La pequeña y mediana empresa.</b> Gelabert, Agustina. .....p.32	411. <b>Estética y narrativa en la TV argentina de los '90.</b> Oscaris, Hernán. .....p.43
215. <b>En busca de una auténtica remake.</b> Fontela Vázquez, Marcelo. .....p.31	4. <b>Estética y shopping.</b> Abracek, Karen. .....p.17
281. <b>En búsqueda de una identidad.</b> Imposa, María de las M. .....p.35	547. <b>Estética y sociedad. La influencia de la moda en la sociedad actual.</b> Sommaruga, María Agustina. .....p.53
450. <b>Enfrentamiento entre dos culturas a través del diseño.</b> Polastri, Juliana. .....p.46	424. <b>Estilo creativo argentino vs. Estilo creativo brasileño.</b> Pastore, Pablo. .....p.45
63. <b>Envasando paradigmas. El packaging como formador de la conciencia alimentaria del imaginario social.</b> Bidegain, Lorena. .....p.21	498. <b>Estrategias de comunicación institucional.</b> Rojo, Marcela. .....p.49
462. <b>Envases flexibles e impresión flexográfica.</b> Pulli, Darío Martín. .....p.47	111. <b>Ética en las Relaciones Públicas.</b> Carluccio, María Victoria. .....p.24
	179. <b>Ética periodística.</b> Erut, Laura. .....p.28



518. <b>Ética profesional y Relaciones Públicas.</b> Sánchez, Silvina Laura. .....p.51	374. <b>Globalización y patterns publicitarios.</b> Merandoni, Daniel. .....p.41
98. <b>Eventos promocionales en períodos de vacaciones.</b> Camozzi, Alejandro. .....p.23	231. <b>Globalización.</b> Gay, Josefina. .....p.32
616. <b>Exportación de un producto artesanal.</b> Villagra, Verónica. .....p.57	142. <b>Gracias al humor. Remedio chino infalible.</b> Colzani, Georgina. .....p.26
440. <b>Exportar la marca argentina.</b> Piazzoni, Cynthia. .....p.46	218. <b>Guía multimedia del Hatha-Yoga.</b> Gago, Julián. .....p.31
559. <b>Fábrica de sueños. Moda, medios gráficos y publicidad.</b> Stisman, Silvina. .....p.53	394. <b>Guía turística de las grandes superficies.</b> Murekian, Irina. .....p.42
546. <b>Familia y publicidad en la posmodernidad.</b> Somalo, Marianela. .....p.52	438. <b>Herramientas para las ONG's. Las Relaciones Públicas como herramienta de comunicación para las organizaciones no gubernamentales.</b> Pérez Cuervo, Mariana. .....p.46
381. <b>Festivales publicitarios, la trastienda.</b> Modolo, Cintia Karina. .....p.42	609. <b>Hipercomunicación.</b> Vereá, Carlos Sebastián. .....p.57
398. <b>Fidelización, soborno y extorsión.</b> Neira, Hernán. .....p.43	122. <b> Holding de medios en la Argentina.</b> Cavalli, Constanza. .....p.25
599. <b>Filmando ideas.</b> Valiño, María de las Victorias. .....p.56	481. <b>Hollywood en las tandas.</b> Riera, Paula Gimena. .....p.48
307. <b>Fue, es y será, siempre Coca-Cola.</b> Lareo, Soledad. .....p.37	269. <b>Homo consumidor. Consumidor masculino posmoderno.</b> Hecker, Andrea. .....p.34
241. <b>Fuera de tanda.</b> Golstein, Yamila. .....p.32	523. <b>Hoy arte y publicidad.</b> Saralegui, Mariana. .....p.51
32. <b>Fundraising.</b> Aranovich, Silvina D. .....p.19	455. <b>Huellas que dejan marcas.</b> Portell, Mariana. .....p.47
240. <b>Fusión cultural.</b> Giusto, Natacha. .....p.32	550. <b>Humor sobre el agua. Cuando el humor hace milagros publicitarios.</b> Soto, Juan Diego. .....p.53
311. <b>Fusiones y adquisiciones en Argentina.</b> Lavenia, María Victoria. .....p.37	253. <b>Ice-shake. Primer helado sin cadena de frío.</b> Grehan, María José. .....p.33
67. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> Blanco, Lilian. .....p.21	255. <b>Identidad cultural del Barrio de La Boca.</b> Grobocopatel, Natalia. .....p.33
156. <b>Fusiones y adquisiciones.</b> D'Amore, Florencia. .....p.27	90. <b>Identidad sonora.</b> Bustos Fernández, Percy. .....p.22
305. <b>Fútbol S.A.</b> Lande, Marcela. .....p.37	7. <b>Imagen corporativa en locales comerciales.</b> Alaniz Gatiús, Pamela. .....p.17
245. <b>Generation. Las Relaciones Públicas en el espacio cibernético.</b> Gómez Sánchez, María Alejandra. .....p.33	

27. <b>Imagen corporativa. Fusiones y adquisiciones: Caso Repsol-YPF.</b> Angiorama, Carolina. .....p.18	228. <b>Internet y Relaciones Públicas en situación de crisis.</b> Garmendia, María Laura. .....p.31
420. <b>Imagen de artistas de rock.</b> Parella Terriel, Alejo. .....p.44	519. <b>Internet.</b> Sánchez Botello, Laura. .....p.51
491. <b>Imagen de marca: Patagonia Sur.</b> Rodríguez, María Luján. .....p.49	605. <b>Internet. Una nueva herramienta de comunicación interna y la importancia de la misma ante una crisis organizacional.</b> Vázquez Goizueta, María Florencia. .....p.56
624. <b>Imagen deportiva y patrocinio. Fútbol y Relaciones Públicas.</b> Wolff, Carolina. .....p.58	434. <b>Issues management. Relaciones Públicas en las petroleras argentinas.</b> Pereyra, César. .....p.45
576. <b>Imagen empresaria en los servicios públicos.</b> Targize, Verónica. .....p.54	15. <b>Jingle Bells.</b> Almejún, Marcelo. .....p.18
520. <b>Imagen institucional del jardín de infantes St. Martín in the Fields.</b> Sánchez Vila, Marina. .....p.51	600. <b>Juguemos a la tele...</b> Vardé, María Alejandra. .....p.56
451. <b>Imagen perfilada.</b> Poliak, Karina. .....p.46	280. <b>Juguemos en el bosque... (ética publicitaria).</b> Ibarra García, Ignacio. .....p.35
45. <b>Imagen vs. moda.</b> Bagur, Nazareth. .....p.19	50. <b>Kioscomanía.</b> Barabani, Federico. .....p.20
419. <b>Imagen y comunicación de las mujeres políticas. Caso Carrió.</b> Panossian, Carolina Vanesa. .....p.44	620. <b>La autonomía creativa de la revista tipográfica en el campo del diseño editorial de habla hispana.</b> Viñas, Mariana. .....p.57
38. <b>Imagen.</b> Arriola, Mariano Damián. .....p.19	570. <b>La belleza como adicción.</b> Tabak, María. .....p.54
252. <b>Imágenes múltiples. Hacia un enfoque alternativo.</b> González Massenio, Diego H. .....p.33	425. <b>La campaña política no cesa.</b> Paternó, Juan Ignacio. .....p.44
363. <b>Impacto creativo vs. imagen corporativa.</b> Massun, Verónica. .....p.40	140. <b>La cerveza y su envase.</b> Colell, Ingrid. .....p.26
285. <b>Impacto de las nuevas tecnologías en el diseño de interiores.</b> Jakowczuk, Gisela. .....p.35	533. <b>La compra de espacios en medios, claves para una óptima negociación.</b> Scolnic, Sabrina. .....p.52
189. <b>Indumentaria laboral. Éxito a través del color.</b> Etcheverry, Angela. .....p.29	418. <b>La computación en el proceso creativo.</b> Paniagua, Darío. .....p.44
395. <b>Influencia de los medios de comunicación de masas en la formación de la opinión pública.</b> Mustazza, Mariela Alejandra. .....p.43	141. <b>La comunicación al servicio de las buenas causas.</b> Colli, Cecilia. .....p.26
625. <b>Influencia que tienen las acciones de marketing sobre el consumidor de tabaco.</b> Wolff, Gabriela. .....p.58	208. <b>La comunicación corporativa en el plan de crisis.</b> Ferrero, Federico. .....p.30

133. <b>La comunicación corporativa en el rubro óptico.</b> Churba, Romina. .....p.25	57. <b>La expansión de la microempresa en Argentina.</b> Bello, Susana. .....p.20
183. <b>La comunicación de los productos farmacéuticos.</b> Esponda, Georgina. .....p.29	191. <b>La familia en la empresa.</b> Fano, Soledad. .....p.29
489. <b>La comunicación filantrópica en Argentina.</b> Rodríguez, Ignacio Sebastián. .....p.49	74. <b>La fidelidad de las marcas.</b> Bonadeo, Martín. .....p.21
123. <b>La comunicación institucional en las empresas.</b> Cavalli, Diego E. .....p.25	596. <b>La fidelidad del consumidor.</b> Uva, Juliana María. .....p.56
229. <b>La comunicación interna como herramienta estratégica para una autoimagen positiva. El enfoque erróneo. El cambio acertado.</b> Garófalo, Mariano. .....p.31	603. <b>La fotografía publicitaria aplicada a las gráficas de perfumes.</b> Vázquez, Mónica. .....p.56
211. <b>La comunicación interna en los call centers.</b> Fiorante, María Lía. .....p.30	515. <b>La fotografía publicitaria como argumento persuasivo.</b> Saliba, Mariela. .....p.50
410. <b>La comunicación visual en la vía pública. La propaganda política en Argentina.</b> Ortega, Damiana. .....p.43	511. <b>La fotografía publicitaria.</b> Russo, María Fernanda. .....p.50
446. <b>La construcción de la identidad a través de la moda.</b> Plazibat, María Mercedes. .....p.46	377. <b>La fuente de la eterna juventud.</b> Milán, María Julieta. .....p.41
195. <b>La construcción del acontecimiento por los medios masivos de comunicación.</b> Farré Boldú, Eulalia. .....p.29	324. <b>La función del departamento de Relaciones Públicas.</b> Locreille, María Eugenia. .....p.38
225. <b>La construcción del vínculo profesional entre las empresas y los medios.</b> García Lambert, Mariela. .....p.31	612. <b>La gestión en crisis.</b> Verschoor, Eliane. .....p.57
532. <b>La creación de sensaciones en interiores a través de la iluminación.</b> Scioscia, Carla Andrea. .....p.52	220. <b>La globalización en publicidad.</b> Galié, María Clara. .....p.31
448. <b>La creatividad publicitaria pensada para chicos.</b> Poblete, Fernando. .....p.46	566. <b>La globalización en publicidad.</b> Suraniti, Ariel Pablo. .....p.54
371. <b>La desmotivación en acción.</b> Mendizábal, Carolina R. .....p.41	283. <b>La guerra de las marcas: Líderes vs. propias.</b> Irigaray y Asúa, Verónica Inés. .....p.35
510. <b>La efectividad en la creatividad publicitaria.</b> Ruiz, Rodrigo Hernán. .....p.50	334. <b>La guerra promocional entre Coca y Pepsi.</b> Loyato, Ileana. .....p.38
536. <b>La era de despidos masivos.</b> Selva, Diego. .....p.52	126. <b>La hegemonía de las tres "P".</b> César, Joaquín. .....p.25
582. <b>La evolución del departamento de medios.</b> Terzano, Martín Gabriel. .....p.54	171. <b>La identidad global.</b> Dominguez, Ana Laura. .....p.28
	493. <b>La ilusión de una ilusión. El azar como estrategia publicitaria.</b> Rodríguez, Roxana. .....p.49
	44. <b>La imagen como motivadora de participación empresarial.</b> Badías, Patricia. .....p.19

93. <b>La imagen de Argentina.</b> Cáceres, Claudia. .....p.23	634. <b>La influencia del surrealismo en la moda.</b> Zwirner, Tamara. .....p.58
68. <b>La imagen de las empresas frente a acciones solidarias.</b> Blanco, Marina. .....p.21	465. <b>La Internet y sus influencias.</b> Raisman, Ricardo. .....p.47
384. <b>La imagen de los peajes de la costa.</b> Molina, Jesica Andrea. .....p.42	275. <b>La luz como escena en la vivienda familiar.</b> Herráez, María Eugenia. .....p.34
100. <b>La imagen digital.</b> Camplone, Leonardo. .....p.23	598. <b>La Mañana de Córdoba. Rediseño total del diario.</b> Valcarenghi, Agustín. .....p.56
480. <b>La imagen distorsionada.</b> Riemer, Diego. .....p.48	238. <b>La marca como entidad corporativa.</b> Giménez, Silvina Martha. .....p.32
445. <b>La imagen ecoturística de la Antártida.</b> Planas, Sebastián. .....p.46	136. <b>La marca como identidad comparativa - proyecto editorial.</b> Clavier Grüber, María Jeannette. .....p.25
151. <b>La imagen interna de las empresas familiares.</b> Cruz, Marina. .....p.26	288. <b>La mediación institucionalizada.</b> Jinich, Ariana M. .....p.35
318. <b>La imagen vs. el precio.</b> Lescano Cameriere, Florencia. .....p.37	554. <b>La mirada indiscreta.</b> Srajo Rocco, Leticia. .....p.53
272. <b>La imagen y la palabra en publicidad.</b> Hernández, María Florencia. .....p.34	273. <b>La moda como comunicador político.</b> Hernández, María Paula. .....p.34
95. <b>La importancia de la comunicación interna en las empresas. Empresas de servicios - hoteles cinco estrellas.</b> Cali, Daniela. .....p.23	427. <b>La moda y la política.</b> Paur, Verónica. .....p.45
221. <b>La importancia de la creatividad en los comerciales televisivos.</b> Gálvez, Hernán Ariel. .....p.31	190. <b>La moda y la publicidad.</b> Faiatt, Carolina. .....p.29
10. <b>La importancia de la imagen pública.</b> Albuixech, Cecilia. .....p.17	342. <b>La mujer argentina y la publicidad.</b> Magurno, Marina. .....p.39
486. <b>La industria textil entre 1995 y el 2000 y la búsqueda de identidad nacional.</b> Rodríguez, Alicia. .....p.48	59. <b>La mujer en el ámbito laboral.</b> Benítez Freire, Goldine. .....p.20
46. <b>La influencia de la indumentaria y cultura oriental en las películas de ciencia ficción.</b> Baik, Alejandro Hyun Chul. .....p.20	163. <b>La mujer y la publicidad.</b> Di Giorgio, María Silvina. .....p.27
181. <b>La influencia de las Relaciones Públicas en los fenómenos exitosos musicales de la actualidad argentina.</b> Escobedo, Marcela. .....p.28	125. <b>La mutación de los cuerpos.</b> Cerutti, Paula. .....p.25
544. <b>La influencia del satélite en cable.</b> Sleizer, Daniel. .....p.52	621. <b>La necesidad de lo específico. Marketing directo.</b> Vivona, Ana Paula. .....p.57
	69. <b>La nueva comunicación política.</b> Boeris, Gimena. .....p.21
	150. <b>La nueva comunicación política.</b> Cossio, María Ángeles. .....p.26

120. **La onda shopping. Consumo de jóvenes.** Castillo, Mariana.  
.....p.24
572. **La organización luchemos por la vida, la efectividad en los mensajes.** Tagliani, Juan Ignacio.  
.....p.54
97. **La otra publicidad. El nuevo realismo de la comunicación comercial.** Calvani, Pablo.  
.....p.23
164. **La pelota de oro. El negocio del fútbol.** Di Gregorio, Leandro.  
.....p.27
581. **La perdurabilidad de la imagen (sociedad pos-moderna).** Terranova, Rosana.  
.....p.55
168. **La personalidad de marcas.** Díaz Brennan, Natalia.  
.....p.28
79. **La planificación de medios. Interpretación de las variables cuali y cuantitativas empleadas en la planificación.** Bozzalla, Analía.  
.....p.22
207. **La profundidad de lo superficial.** Ferrari, Silvina.  
.....p.30
64. **La programación neurolingüística y barreras en la comunicación interna.** Biestro, María Laura.  
.....p.21
389. **La promesa suntuaria.** Mosquera, María del Carmen.  
.....p.42
571. **La psicología social.** Taddei, Elisabet.  
.....p.54
430. **La publicidad argentina de los '90 como espectáculo.** Pedreschi, Romina.  
.....p.45
537. **La publicidad como espectáculo.** Seriani, Jorge.  
.....p.52
316. **La publicidad efectiva. Los ojos puestos en la estrategia.** Leonetti, María Florencia.  
.....p.37
247. **La publicidad en el Mercosur. Barreras culturales.** Gontier, Gisela.  
.....p.33
158. **La publicidad en la era global.** Dayán Peralta, Victoria.  
.....p.27
25. **La publicidad no tradicional en el cine.** Amran, Lorena.  
.....p.18
549. **La publicidad que vende publicidad.** Sosa Caballero, María G.  
.....p.53
182. **La publicidad responsable.** Espiño, Victoria Lucía.  
.....p.28
360. **La publicidad social.** Martire, Julieta.  
.....p.40
613. **La Publicidad subliminal.** Vidal, Luz.  
.....p.57
367. **La Publicidad y el fútbol amateur infantil.** Mazzucco, Sebastián Guillermo.  
.....p.41
604. **La publicidad y los más pequeños.** Vázquez, Verónica.  
.....p.56
401. **La radiografía de una imagen.** Obiglio, Cecilia.  
.....p.43
315. **La relación y la comunicación entre directores y afiliados dentro del ámbito sindical.** León, María del Pilar.  
.....p.37
478. **La responsabilidad social de la publicidad.** Rey, María Florencia.  
.....p.48
58. **La responsabilidad social.** Benitez, Celeste.  
.....p.20
506. **La reutilización de un recurso natural. Los bosques fueguinos.** Ruano, Wanda.  
.....p.50
144. **La Ribera. Un nuevo semanario.** Coppari, Eliana.  
.....p.26
466. **La seducción del perfume.** Ramírez, Karina.  
.....p.47
145. **La segmentación de los medios gráficos.** Coppari, Sabrina.  
.....p.26
174. **La situación actual de Argentina (crisis).** Echagüe, Guillermo.  
.....p.28
104. **La sponsorización en el tenis.** Carbajo, Carolina.  
.....p.23
385. **La tecnología como ficción posmoderna.** Molina, Noel.  
.....p.42

560. <b>La televisión como difusora del consumo: Los Simpson.</b> Stolarz, Betiana. .....p.53	475. <b>Las Relaciones Públicas en la red.</b> Ravettini, Ezequiel. .....p.48
368. <b>La televisión en busca del futuro.</b> Melo, Silvia Cristina. .....p.41	408. <b>Las Relaciones Públicas en la República Argentina.</b> Origoni, Alejandro. .....p.43
578. <b>La temeraria señorita ética.</b> Tartarelli, Diego. .....p.55	421. <b>Las Relaciones Públicas en las empresas de eventos.</b> Parotti, Luciana. .....p.44
407. <b>La tercera dimensión el bien público.</b> Orcajada, María Noel. .....p.43	124. <b>Las Relaciones Públicas en las PyMEs.</b> Centanaro, Martín Alejandro. .....p.25
494. <b>La transformación de los medios de comunicación en herramientas propagandísticas durante la guerra de Irak.</b> Rodríguez Menzer, Leticia. .....p.49	383. <b>Las Relaciones Públicas en las PyMEs.</b> Moledo, Valeria. .....p.41
464. <b>La trastienda.</b> Quiroga, Sol. .....p.47	103. <b>Las Relaciones Públicas y el marketing farmacéutico.</b> Capria, María Cecilia. .....p.23
358. <b>La última decisión. Publicidad láctea.</b> Martínez Baquero, Gustavo. .....p.40	503. <b>Las Relaciones Públicas y la actividad diplomática en el Mercosur. Aporte de las Relaciones Públicas al servicio exterior.</b> Rouffet, Dominique. .....p.50
213. <b>La UNESCO y la opinión pública.</b> Ferreri, María José. .....p.30	198. <b>Las Relaciones Públicas y la logística.</b> Fenley, Laura. .....p.30
200. <b>La vía pública.</b> Fernández, Marcela Adriana. .....p.30	24. <b>Las Relaciones Públicas y las ONG's. Un camino hacia el desarrollo sustentable.</b> Amigo, Agustina. .....p.18
279. <b>La virtualización de la sensación.</b> Ibarra, Andrea F .....p.35	101. <b>Las Relaciones Públicas y su relación con la industria hotelera internacional.</b> Campodónico, Analía. .....p.23
244. <b>Laboratorios beta. Su imagen en el mercado farmacéutico argentino.</b> Gómez Martino, María Laura. .....p.32	201. <b>Las Relaciones Públicas, el deporte amateur y el patrocinio.</b> Fernández de Cieza, Marcela Andrea. .....p.29
94. <b>Las fronteras de la creatividad.</b> Cadile, María Laura. .....p.23	338. <b>Las Relaciones Públicas, más allá de los paradigmas tradicionales.</b> Luna, Anahí Luján. .....p.39
485. <b>Las máscaras de la posmodernidad.</b> Roca, Yanina. .....p.48	12. <b>Las vidrieras y su falta de diseño.</b> Ale, Carla Daniela. .....p.17
91. <b>Las PyMEs y la publicidad.</b> Caba, Karina. .....p.23	205. <b>Levi's y la discriminación.</b> Fernández Pelayo, Anabella. .....p.30
414. <b>Las Relaciones Públicas como herramienta.</b> Otero, Diego M. .....p.44	173. <b>Lo esencial no es invisible a los ojos. La imagen en la era de la globalización.</b> Dubove, Paula. .....p.28
310. <b>Las Relaciones Públicas dentro de la industria farmacéutica.</b> Lautieri, María Celeste. .....p.37	
109. <b>Las Relaciones Públicas empresariales en Argentina.</b> Carlesso, Ricardo J. .....p.24	

564. **Lo más profundo de lo superficial.** Suárez, Mariana Laura. ....p.54
149. **Lo simbólico nos invade.** Cosentino, María Elina. ....p.26
78. **Los animales y la publicidad.** Bouvet, Francisco Antonio. ....p.22
543. **Los años '50. El fotoperiodismo.** Slatkis, Valeria. ....p.52
586. **Los avances de programas en la tanda publicitaria.** Torreiro, Christian. ....p.55
52. **Los caminos de la creatividad.** Bari, Laura. ....p.20
364. **Los efectos de la publicidad audiovisual en las decisiones de los jóvenes.** Maximino, Carla. ....p.41
406. **Los envases y las nuevas tecnologías.** Oltolina, Valeria. ....p.43
433. **Los hijos del consumo.** Percal, Tamara. ....p.45
188. **Los límites de la publicidad.** Etchevarne, Federico. ....p.29
135. **Los lofts en buenos aires.** Clarich, María Fernanda. ....p.25
43. **Los medios de comunicación como grupos de presión.** Avati, Daniela. ....p.19
299. **Los medios de comunicación y la publicidad.** Knop, Fabiola. ....p.36
224. **Los mejores rincones de un lugar único.** Garat, Sofía. ....p.31
463. **Los modelos corporales del discurso publicitario.** Querciotti, Mariela. ....p.47
350. **Los movimientos anticorativos. Las multinacionales bajo la lupa.** Marconi, Paula Soledad. ....p.40
204. **Los niños y los medios electrónicos.** Fernández Fernández, Maribel. ....p.30
105. **Los objetivos que persigue la filantropía corporativa.** Carballo, Karina. ....p.23
116. **Los patterns locales en el Mercosur.** Casal, María Alejandra. ....p.24
235. **Los pequeños teleespectadores (de 3 a 6 años).** Giacomazzi, Gabriela. ....p.32
22. **Los sentimientos en la publicidad.** Álvarez del Valle, Eugenia. ....p.18
170. **Los shopping centers.** Dobniewski, Natacha. ....p.28
185. **Los talles en las prendas para adolescentes y jóvenes argentinas.** Estevez, Andrea Verónica. ....p.29
146. **Made in Argentina: Para nosotros y para el mundo.** Coppola, Patricia. ....p.26
415. **Made in casa. Marcas propias.** Palermo, María de la Paz. ....p.44
563. **Maldito humor. Cuando el chiste mata a la marca.** Straijer, Martín. ....p.54
295. **Manga-anime. Su influencia sobre la moda japonesa.** Kim, Analia. ....p.36
276. **Manuela Rosas. Primera relacionista pública argentina.** Heyaca, María Eugenia. ....p.34
331. **Mar del Plata. Reposicionamiento turístico.** López Arestín, Agustina. ....p.38
378. **Marca: Personaje. Construcción de imagen de personajes populares.** Milano, Pablo. ....p.41
356. **Marca-país argentina. Una problemática a resolver.** Martín, Romina Vanesa. ....p.40
237. **Marcas en momentos de crisis.** Giménez, Sebastián. ....p.32
431. **Marcas propias en supermercados.** Pelliza, Mariano. ....p.45

376. **Marcas propias.** Micó, Gonzalo.  
.....p.41
3. **Marketing de base de datos.** Abraham, Pablo.  
.....p.17
11. **Marketing de base de datos.** Alcaraz, Alicia Soledad.  
.....p.17
484. **Marketing de juguetes.** Riverós, María Dolores.  
.....p.48
623. **Marketing deportivo.** Winkler, Gerardo.  
.....p.58
591. **Marketing directo y crisis.** Trucco, Sofia.  
.....p.55
429. **Marketing farmacéutico.** Pedevilla, Albano.  
.....p.45
561. **Marketing farmacéutico.** Stoppel, Jessica.  
.....p.53
375. **Marketing filantrópico.** Merlo, Analía.  
.....p.41
26. **Mc Donald's: Comunicación interna.** Andrés, Marianela.  
.....p.18
348. **Media-boarding.** Maqui, Ignacio.  
.....p.39
62. **Mediación del profesional de relaciones públicas en los programas de capacitación gerencial.** Bezzi, Fernanda.  
.....p.21
17. **Medios y globalización.** Alsina, Florencia.  
.....p.18
34. **Megaproductos.** Argento, Ricardo.  
.....p.19
369. **Mercaderes de la angustia. Consumo de tabaco y alcohol.** Méndez, Julio César.  
.....p.41
89. **Mercado grande. Consumidores chicos.** Bustillo, Pia M.  
.....p.22
75. **Mercosur publicitario.** Bongarrá, Carolina.  
.....p.21
137. **Mercosur.** Clavier Grüber, María Milagros.  
.....p.25
329. **Mi querida Argentina.** López, Rocío.  
.....p.38
246. **Micro patriotismo en busca del macro patriotismo.** Gonçalves, Alfonso Jorge.  
.....p.33
432. **Moda 100% argentina.** Perales del Castillo, Fernanda.  
.....p.45
372. **Moda e identificación.** Merayo, María Gabriela.  
.....p.41
60. **Moda y psicología.** Berardi, Catalina.  
.....p.20
500. **Moda, identidad y consumo.** Román, Verónica.  
.....p.50
309. **Modas creativas.** Lauría, Luciano.  
.....p.37
471. **Modelos de eticidad que formula la publicidad.** Rampoldi, María Florencia.  
.....p.47
435. **Mujeres al poder. La mujer y el management.** Pereyra Moine, Luz.  
.....p.45
277. **Museo Etnográfico entre la memoria y la comunicación.** Hokama, Ezequiel.  
.....p.35
227. **Music adline. El límite entre lo publicitario y lo discográfico.** García Roggero, Silvana.  
.....p.31
106. **Música publicitaria. Sostenidos y bemoles en la publicidad argentina.** Cárcamo, Mario Gabriel.  
.....p.24
42. **Narrativa interactiva. ¿Cómo narrar en un medio interactivo?.** Avalle, Laura.  
.....p.19
192. **Naturaleza y mercado.** Farhi, Mariela.  
.....p.29
632. **Ni el huevo, ni la gallina. Ideas.** Zanutto, Leonardo Ariel.  
.....p.58
129. **Niños dentro del discurso publicitario.** Charra, Claudina.  
.....p.25
76. **No hay mal que dure cine años. Pero remedios, sí. Caso: Bayer, Bayaspirina / Cafiaspirina.** Bonora, Gabriela.  
.....p.22
357. **Nuestras débiles voluntades. Política y publicidad.** Martín Nicastro, Gonzalo.  
.....p.40



323. <b>Nueve divas del cine y la moda.</b> Lizarraga, Luis. .....p.38	209. <b>Persuasivo vendedor, silencioso pero efectivo. El color.</b> Ferreyra, Claudia. .....p.30
112. <b>Nuevos soportes. Del papel a la pantalla.</b> Carra, José Federico. .....p.24	35. <b>PET, pasado, presente y futuro.</b> Arias, Leticia. .....p.19
165. <b>Objetos de deseo.</b> Di Rico, Natalia. .....p.27	2. <b>Plan de comunicación interna para las entidades financieras: Caso Banco Piano S.A.</b> Abecasis, Bárbara. .....p.17
617. <b>Outplacement y outsourcing en el área de las comunicaciones.</b> Villarreal, Silvana Florencia. .....p.57	353. <b>Plan de comunicación para cadenas de retail.</b> Marmetto, Martín Andrés. .....p.40
495. <b>Packaging de exportación.</b> Rodríguez Presedo, Laura. .....p.48	555. <b>Plan de comunicaciones integradas: Caso Máxima AFJP</b> Stafforini, Agustina. .....p.53
507. <b>Packaging. El marketing de los sentidos.</b> Rubaja, Iris. .....p.50	169. <b>PNT. La nueva protagonista de la pantalla.</b> Distasio, Nataly. .....p.28
592. <b>Pantalla gigante. La eficacia del cine publicitario.</b> Turner, Patricia. .....p.55	456. <b>Poder en publicidad.</b> Portillo, Gonzalo. .....p.46
540. <b>Para Ti. Evolución del diseño y la mujer actual.</b> Silveti, María. .....p.52	118. <b>Política y Relaciones Públicas.</b> Casimiro, María Mercedes. .....p.24
399. <b>Paraísos prohibidos. La comunicación de la marihuana.</b> Nelson, Pablo Javier. .....p.43	627. <b>Políticos en campaña ¿propaganda o publicidad?.</b> Woscoff, Florencia Paula. .....p.57
482. <b>Paremos la pelota. Saturación en la recepción de los discursos publicitarios contruidos a través de estereotipos.</b> Riu, Germán. .....p.48	138. <b>Por qué y cómo el sonido comunica.</b> Cleiman Can, Gastón. .....p.26
447. <b>Pasión por el fútbol.</b> Plúgel, Erica Lorena. .....p.46	6. <b>Posible deterioro de la imagen.</b> Agotegaray, Soledad. .....p.17
236. <b>Patrocinio deportivo.</b> Giacomelli, Federico. .....p.32	594. <b>Posicionamiento, imagen y estrategias.</b> Urabayen, Carla Paola. .....p.56
575. <b>Pauta invasiva. La publicidad en la vida privada.</b> Tapia, Carolina. .....p.54	177. <b>Prevención de la drogadicción.</b> Elias, Virginia. .....p.28
155. <b>Pensar global, actuar local.</b> D'agnino, Soledad. .....p.27	162. <b>Produser - una herramienta informática.</b> De Mingo, Esteban. .....p.27
264. <b>Pequeños grandes consumidores. Marketing infantil.</b> Hanono, Paula. .....p.34	261. <b>Promoción de productos alimenticios y su marco legal.</b> Guglielmino, Guido. .....p.34
107. <b>Percepción y diseño de interiores. La importancia de la incidencia de la percepción en el diseño de interiores.</b> Cardoso Cis, María Josefina. .....p.24	298. <b>Promoción de vinos finos argentinos en U.S.A.</b> Klas, Tamara. .....p.36
308. <b>Personalidad corporativa. Importancia, control y comunicación de la personalidad de la empresa.</b> Larrandart, Miguel. .....p.37	81. <b>Promociones en Internet.</b> Braier, Paola. .....p.22

160. <b>Promociones en punto de venta.</b> De Lellis, María Fernanda. .....p.27	439. <b>Publicidad y modelo de exclusión social.</b> Pérsico, Juan. .....p.46
346. <b>Proyecto "Pastas Jr." Fideos Frescos con salsa.</b> Makara, Cynthia Karina. .....p.39	293. <b>Publicidad y religión en los medios de Argentina en el período 1990-2000.</b> Katz, Leandro. .....p.36
477. <b>Proyecto Argentina diseño integral. Argentina textil / Argentina gráfica / Argentina industrial / Argentina multimedial.</b> Repetto Benavides, Matías. .....p.48	542. <b>Publicidad, el octavo arte.</b> Simonelli, Carolina. .....p.52
526. <b>Proyecto Combler.</b> Scalise, Valeria Lorena. .....p.51	525. <b>Publicidad, juventud y bebidas alcohólicas.</b> Sastri, Alejandro. .....p.51
416. <b>Proyecto Mediados.</b> Panattoni, Sebastián. .....p.44	139. <b>Publicidad: El simulacro.</b> Clementti, Priscila. .....p.26
499. <b>PT + PNT = EP. La sinergia en televisión para alcanzar una mayor eficacia publicitaria.</b> Rolando, Sebastián E. .....p.49	548. <b>Publicidad: Su influencia en el consumo de cigarrillos durante la adolescencia.</b> Soriano, Diego Hernán. .....p.53
233. <b>Publicidad electrónica.</b> Ghidotti, Carolina. .....p.32	30. <b>Publicultura. La publicidad como fenómeno cultural en jóvenes.</b> Aprile, Romina. .....p.19
553. <b>Publicidad interactiva.</b> Spini, Romina. .....p.53	202. <b>Radio AM y opinión pública.</b> Fernández Delamer, Martín. .....p.30
83. <b>Publicidad no tradicional - innovación constante.</b> Brocca, Mariela Leonor. .....p.22	77. <b>Realidad vs. virtualidad. La problemática del diseño de packaging frente a la compra virtual.</b> Bottarini, Ariadna. .....p.22
219. <b>Publicidad no tradicional.</b> Gaidolfi, Silvana. .....p.31	393. <b>Redescubriendo al Dircom.</b> Mraz, Jesica. .....p.42
422. <b>Publicidad rechazada o rechazo a la publicidad.</b> Parra Barbero, Fernando. .....p.44	114. <b>Relaciones museísticas.</b> Carrizo Guglielmino, María Pía. .....p.24
332. <b>Publicidad rechazada. La publicidad que nadie ve.</b> López Ascárate, Carolina. .....p.38	313. <b>Relaciones peligrosas. La mujer y las relaciones públicas.</b> Lee, Eugenia. .....p.37
201. <b>Publicidad subliminal.</b> Fernández, María Dolores. .....p.30	234. <b>Relaciones peligrosas: Publicidad subliminal + MKT uno a uno.</b> Ghioldi, Aldana. .....p.32
631. <b>Publicidad subliminal. Las dos caras de la seducción.</b> Zamora, Hernán Diego. .....p.56	286. <b>Relaciones Públicas cinco estrellas.</b> Jáuregui, Florencia. .....p.35
595. <b>Publicidad verde.</b> Urrutia, Laura Verónica. .....p.55	529. <b>Relaciones Públicas en la sociedad civil argentina.</b> Schejtman, Clarisa. .....p.51
178. <b>Publicidad vs publicidad. La publicidad comparativa en la argentina.</b> Elola, Martín Ignacio. .....p.28	130. <b>Relaciones Públicas y bien público.</b> Chico Giusti, María Carolina. .....p.25
256. <b>Publicidad y bien público.</b> Grossi, Mara. .....p.33	

127. **Renderizando la comunicación.** Cevasco, Pablo Javier.  
.....p.25
18. **Responsabilidad social de las empresas argentinas.** Altounián, Daniel Ricardo.  
.....p.18
396. **Responsabilidad social de las empresas.** Nahuelanca, María Marta.  
.....p.42
541. **Responsabilidad social empresaria en tiempos de crisis, y su incidencia en las comunicaciones.** Simonassi, Ana Lorena.  
.....p.52
65. **Responsabilidad social empresaria.** Bignoli, Laura.  
.....p.21
391. **Responsabilidad social empresaria.** Mouján, María Inés.  
.....p.42
39. **Revalorizar la publicidad.** Arroyo, Mauro.  
.....p.19
380. **Revolución Underground.** Moccia, Leandro Agustín  
.....p.42
490. **Rock y moda.** Rodríguez, María Agustina.  
.....p.49
270. **Ruidos y distorsiones. El fenómeno publicitario televisivo dirigido a niños.** Hecker, Cecilia.  
.....p.34
304. **Santa estrategia.** Labaton, Dana.  
.....p.36
497. **Satisfacción como diferenciador.** Roisi, Carolina.  
.....p.49
267. **Se hace camino al crear. Publicidad gráfica de los '60 y '90.** Hauy, Susana.  
.....p.34
593. **Se presume donante, peligroso atajo. De la persuasión a la imposición.** Ubeira Salim, Matías.  
.....p.56
230. **Se vende cultura. El mercado del arte.** Gavioli Bleta, Laila.  
.....p.32
501. **Segmentación vs. discriminación.** Romero, Paula.  
.....p.50
453. **Señales de humor.** Polliedri, Pablo.  
.....p.46
206. **Señales de identidad.** Ferrando, Débora.  
.....p.30
443. **Ser o no ser. Como se vende el teatro en la argentina.** Pinto, Carla Romina.  
.....p.46
426. **Serás flaca o no serás nada.** Patrón Sánchez, Verónica.  
.....p.45
260. **Sexo polisémico.** Guerrero Dewey, Silvina.  
.....p.33
513. **Sexos en guerra, ¿aprieta y gana? Programas de televisión.** Sacco, Sebastián.  
.....p.50
153. **Sexualidad publicitaria.** Cuniberti, Laura.  
.....p.26
248. **Sexualidad, jóvenes y publicidad.** González, Jerónimo.  
.....p.33
633. **Si se puede, a casa. Teletrabajo.** Zayas, Mariana.  
.....p.58
184. **Sida y comunicación.** Estévez, Andrea.  
.....p.29
328. **Sida: No mirar; no decir; no escuchar (censura).** López, María Victoria.  
.....p.38
504. **Sida: Si no eres parte de la solución, eres parte de el problema.** Rozenwasser, Marcela.  
.....p.50
115. **Sinergia en la iglesia católica. Aplicación de herramientas de comunicaciones integradas y marketing a la estructura de la iglesia católica.** Casado, María Belén.  
.....p.24
259. **Sobredosis de sexo.** Guerrero, Analía.  
.....p.33
268. **Solidaridad vs. vida, una apuesta desapareja.** Hayd, Elly.  
.....p.34
343. **Solos o acompañados.** Mahfud, María José.  
.....p.39
222. **Sponsor, estrella publicitaria.** Gammuto, Andrés Sebastián.  
.....p.31
409. **Sponsor, una jugada de taquito.** Orlando, Julieta.  
.....p.44

461. <b>Stanley Kubrick: Cine intelectual.</b> Pronzato, Victoria. .....p.47	629. <b>Turismo y Relaciones Públicas. Imagen turística de Salta.</b> Zambrano de Belling, Patricia. .....p.58
197. <b>Surf.ar el mercado del surf en argentina.</b> Federico, Patricio. .....p.29	583. <b>Un análisis al análisis de medios.</b> Toledo, Ulises Carlos. .....p.55
545. <b>Tango /04 - comunicando país.</b> Sliwkin, Marcelo Javier. .....p.52	474. <b>Un cambio en las reglas de juego.</b> Ratto, Javier. .....p.48
159. <b>Tango, mate y otras yerbas (Marca-país).</b> De Carlo, Daniela. .....p.27	530. <b>Un lugar deseado.</b> Scietti, Nicolás. .....p.51
322. <b>Técnicas de producción textil. Acabados revolucionarios para la moda y el diseño.</b> Litvin, Bettina Daniela. .....p.38	517. <b>Un mercado en crisis. Diseño y producción de indumentaria y textil (Modas).</b> Sammartino, María Laura. .....p.51
352. <b>Tecnohumanización.</b> Marín, Natalia. .....p.40	148. <b>Un mundo de cinco siglos.</b> Cortejarena, Nancy. .....p.26
147. <b>Tecnología sobre nieve.</b> Córdoba, Natalia. .....p.26	341. <b>Un país. Una empresa: Arcor.</b> Machiavelli, Silvina. .....p.39
473. <b>Televisión interactiva. El medio del futuro.</b> Rastatter, Sebastián. .....p.48	402. <b>Una cuestión de imagen. La política mediaticizada.</b> Ojeda, María Sol. .....p.43
80. <b>Tercerización internacional de proyectos para Internet desde la Argentina.</b> Bradford, Daniel Ángel. .....p.22	403. <b>Una sociedad que no envejece.</b> Oliveira, Karina. .....p.43
524. <b>Tic's en el ámbito empresarial (Tecnologías de Información y Comunicación).</b> Sardi, Florencia. .....p.51	469. <b>Unheimlinch, cine de terror.</b> Ramírez, Ramiro. .....p.47
239. <b>Tiempos de imagen masculina.</b> Giorgi, Silvina. .....p.32	296. <b>Uniformidad vs. Originalidad. Preferencias de la sociedad argentina.</b> Kim, Cecilia. .....p.36
345. <b>Traducción simbólica de marcas competitivas.</b> Majdalani, María Guadalupe. .....p.39	157. <b>Utilización de Internet para potenciar los negocios.</b> Daneri, Ezequiel. .....p.27
607. <b>Transgénicos, ¿oposición o simple ignorancia?.</b> Vento, Vanesa Lorena. .....p.56	82. <b>Utilización de un software en planificación de medios.</b> Brichetti, Eliana. .....p.22
51. <b>Transnacionalización de las sociedades y el caso Bazooka.</b> Bardini, Martín. .....p.20	505. <b>Veo, Veo. Lencería.</b> Rozier, Carolina. .....p.50
199. <b>Tratos y estratos. El consumo como forma de socialización.</b> Fernández, Claudia Gabriela. .....p.30	48. <b>Vestuario teatral en la ópera.</b> Ballestrero, Luciana Paula. .....p.20
303. <b>Tu éxito es mi éxito. Liderazgo de opinión.</b> La Venia, Mariano. .....p.36	516. <b>Vida privada y publicidad.</b> Sallenave, Eduardo. .....p.51
	210. <b>Viento blanco.</b> Figueras, Cristian. .....p.30
	388. <b>Violencia en el fútbol.</b> Moreno, Hernán. .....p.42

16. <b>Vivienda inteligente vs. vivienda ecológica.</b> Alonso, Andrea. .....	p.18
61. <b>Viviendas accesibles para personas con discapacidad motriz.</b> Beswick, Patricia Elizabeth. .....	p.20
488. <b>Vivir mejor es una elección.</b> Rodríguez, Consuelo. .....	p.49
40. <b>Western Spaghetti - guión.</b> Aubone, Adrián José. .....	p.19
492. <b>Yo, tú, él.. Nosotros. La comunicación interpersonal.</b> Rodríguez, Nancy Fernanda. .....	p.49
630. <b>YPE La comunicación de una empresa privada.</b> Zamit, Gustavo Alejandro. .....	p.58
266. <b>Zapatillas, marketing y.. ¿violencia?.</b> Hardy Hulme, Jennifer. .....	p.34

## **Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación**

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Sylvia Valdés. **Cine latinoamericano**. Leandro Africano. **Funcionalidad actual del séptimo arte**. Julián Daniel Gutiérrez Albilla. **Los olvidados de Luis Buñuel**. Geoffrey Kantaris. **Visiones de la violencia en el cine urbano latinoamericano**. Joanna Page. **Memoria y experimentación en el cine argentino contemporáneo**. Erica Segre. **Nacionalismo cultural y Buñuel en México**. Marina Sheppard. **Cine y resistencia**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 18, mayo.  
Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: **Guía de Artículos y Publicaciones de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo. 1993-2004**. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 17, noviembre.  
Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Alicia Banchemo. **Los lugares posibles de la creatividad**. Débora Irina Belmes. **El desafío de pensar: Creación - recreación**. Rosa Judith Chalkho. **Transdisciplina y percepción en las artes audiovisuales**. Héctor Ferrari. **Historietar**. Fabián Iriarte. **High concept en el escenario del Pitch: herramientas de seducción en el mercado de proyectos filmicos**. Graciela Pacualetto. **Creatividad en la educación universitaria. Hacia la concepción de nuevos posibles**. Sylvia Valdés. **Funciones formales y discurso creativo**. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 16, junio.  
Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Ensayos]: Adriana Amado Suárez. **Internet, o la lógica de la seducción**. María Elsa Bettendorff. **El tercero del juego. La imaginación creadora como nexo entre el pensar y el hacer**. Sergio Caletti. **Imaginación, positivismo y actividad proyectual. Breve disgresión acerca de los problemas del método y la creación**. Alicia Entel. **De la totalidad a la complejidad. Sobre la dicotomía ver-saber a la luz del pensamiento de Edgar Morin**. Susana Finquelievich. **De la tarta de manzanas a la estética bussines-pop. Nuevos lenguajes para la sociedad de la información**. Claudia López Neglia. **De las incertezas al tiempo subjetivo**. Eduardo A Russo. **La máquina de pensar. Notas para una genealogía de la relación entre teoría y práctica en Sergei Eisenstein**. Gustavo Valdés. **Bauhaus: crítica al saber sacralizado**. (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 15, noviembre.  
Con Arbitraje. ISSN 1668-0219.

> Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. [Relevamientos Temáticos]: Noemí Galanternik. **Tipografía on line. Relevamiento de sitios web sobre tipografía**. Marcela Zena. Periódicos digitales en español. **Publicaciones periódicas digitales de América Latina y España**. (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 14, noviembre.  
Con Arbitraje. ISSN 1668-0227.

> Cuaderno: Ensayos. José Guillermo Torres Arroyo. **El paisaje, objeto de diseño**. (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 13, junio.

> Cuaderno: **Recopilación Documental. Centro de Recursos para el Aprendizaje. Relevamientos Temáticos. Series: Práctica profesional. Diseño urbano. Edificios. Estudios de mercado. Medios. Objetos. Profesionales del diseño y la comunicación. Publicidad**. Vol. 12. (2003) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 12, abril.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Creación, Producción e Investigación. Proyectos 2003 en Diseño y Comunicación**. (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 11, diciembre

> Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Plan de Desarrollo Académico. Proyecto Anual. Proyectos de Exploración y Creación. Programa de Asistentes en Investigación. Líneas Temáticas. Centro de Recursos. Capacitación Docente**. (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 10, septiembre.

> Cuaderno: Proyectos en el Aula: **Espacios Académicos. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Centro de Recursos para el aprendizaje**. (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, agosto.

- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. Adriana Amado Suárez. **Relevamiento terminológico en diseño y comunicación. A modo de encuadre teórico.** Diana Berschadsky. **Terminología en diseño de interiores. Área: materiales, revestimientos, acabados y terminaciones.** Blanco, Lorenzo. **Las Relaciones Públicas y su proyección institucional.** Thais Calderón y María Alejandra Cristofani. **Investigación documental de marcas nacionales.** Jorge Falcone. **De Altamira a Toy Story. Evolución de la animación cinematográfica.** Claudia López Neglia. **El trabajo de la creación.** Graciela Pascualetto. **Entre la información y el sabor del aprendizaje. Las producciones de los alumnos en el cruce de la cultura letrada, mediática y cibernética.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, mayo.
- > Cuaderno: Relevamiento Documental. María Laura Spina. **Arte digital: Guía bibliográfica.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, junio.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. Fernando Rolando. **Arte Digital e interactividad.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, mayo.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. Débora Irina Belmes. **Del cuerpo máquina a las máquinas del cuerpo.** Sergio Guidalevich. **Televisión informativa y de ficción en la construcción del sentido común en la vida cotidiana.** Osvaldo Nupieri. **El grupo como recurso pedagógico.** Gustavo Valdés de León. **Miseria de la teoría.** (2001) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, mayo.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. **Creación, Producción e Investigación.** Proyectos 2002 en Diseño y Comunicación. (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, julio.
- > Cuaderno: Papers de Maestría. Cira Szklowin. **Comunicación en el Espacio Público. Sistema de Comunicación Publicitaria en la vía pública de la Ciudad de Buenos Aires.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, julio.
- > Cuaderno: Material para el aprendizaje. Orlando Aprile. **El Trabajo Final de Grado. Un compendio en primera aproximación.** (2002) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, marzo.
- > Cuaderno: Proyectos en el Aula. Lorenzo Blanco. **Las medianas empresas como fuente de trabajo potencial para las Relaciones Públicas.** Silvia Bordoy. **Influencia de Internet en el ámbito de las Relaciones Públicas.** (2000) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, septiembre.

### **Creación y Producción en Diseño y Comunicación [Trabajos de estudiantes y egresados]**

- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Proyectos Jóvenes de Investigación. Thais Calderón: La investigación y lo inesperado. Carlos Cosentino: Investigación y aprendizaje. José María Doldan: Algunas ideas sobre investigación. Laura Ferrari: El programa de investigación. Rony Keselman: Poetas y matemáticos. Graciela Pascualetto: Generaciones posmodernas.** Proyectos de estudiantes desarrollados en la asignatura Introducción a la Investigación. 2004. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, septiembre. Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Diseño de marca de Brand Book para el Casco Histórico de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.** orientación en Imagen Empresaria de la carrera de Diseño. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, mayo. Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de alumnos y egresados]: **Formación, Creación y Desarrollo Profesional. Proyectos de estudiantes:** Diseño de Imagen Empresaria - Diseño de Imagen y Sonido - Diseño de Interiores - Diseño de Packaging - Diseño Editorial - Diseño Publicitario - Diseño Textil y de Indumentaria - Licenciatura en Comunicación Audiovisual - Licenciatura en Publicidad - Licenciatura en Relaciones Públicas. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, noviembre. Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.
- > Creación y Producción de Diseño y Comunicación. [Trabajos de estudiantes y egresados]: **Historias, discursos: Apuntes sobre una experiencia.** Eduardo Russo. **Pioneros y fundadores:** Sebastián Duimich. **Fritz Lang, la aventura.** Virginia Guerstein. **Cine nacional e identidad: Los primeros pasos. La batalla de las vanguardias.**

María del Huerto Iriarte y Marilina Villarejo. **Surrealismo: Un perro andaluz y la lógica del absurdo**. Anabella Sánchez. Dadá, **Surrealismo, Entreacto. Legados y continuidades**. Victoria Franzán, Virginia Guerstein y Tamara Izko. **Cine comercial: Los sesenta, los noventa**. Marina Litmajer. **El impacto de los años '60 en la producción audiovisual actual ¿Sabés nadar? Y el cine del no-entretenimiento heredado de la Nouvelle Vague. Rupturas y aperturas**. Gastón Alé, Florencia Sosa y Florinda Verrier. **La ruptura de la linealidad en el relato. Vanguardias, Videoarte, Net Art**. Producciones digitales y audiovisuales de estudiantes de la Facultad en Diseño y Comunicación. Catálogo 2003. (2004) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, agosto. Con Arbitraje. ISSN 1668-5229.

### **Escritos en la Facultad**

>Escritos en la Facultad. **Concursos Docentes. Una nueva etapa en el desarrollo institucional de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 9, septiembre. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Portfolio. Evaluación Integradora de Aprendizajes**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 8, agosto. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Las palabras de mi profesión. (Investigación terminológica). Escribir: Pablo Lettieri. Comunicación Oral y Escrita 2004. Cátedra: Rony Keselman**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 7, julio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Guía de Presentación de los Proyectos de Graduación. Facultad de Diseño y Comunicación**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 6, julio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Nuevos Profesionales. Edición II. Resúmenes de Trabajos Finales de Grado aprobados marzo - mayo 2005**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 5, junio. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Proyectos de Graduación Facultad de Diseño y Comunicación**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 4, mayo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Semana de Proyectos Jóvenes de Investigación y Comunicación. Lo micro, lo nuevo y lo diferente, lo urbano. Producciones de Estudiantes de Primer Año de la Facultad de Diseño y Comunicación**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 3, mayo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Nuevos Profesionales. Edición I. Resúmenes de trabajos finales de grado aprobados. Diciembre 2004 - marzo 2005**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 2, marzo. ISSN 16692306.

>Escritos en la Facultad. **Presentación de Proyectos de Tesis. Foro de Investigación. Maestría en Diseño. Institucionalización de la Construcción de Saberes Disciplinarios**. (2005) Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Vol. 1, marzo. ISSN 16692306.

### **Jornadas de Reflexión Académica**

>Jornadas de Reflexión Académica (13ª: Feb. 2005: Buenos Aires) **Formación de Profesionales Reflexivos en Diseño y Comunicación**. Buenos Aires : Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. ISSN 1668-1673

>Jornadas de Reflexión Académica (12ª: Feb. 2004: Buenos Aires) **Procesos y productos. Experiencias pedagógicas en Diseño y Comunicación**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación. ISSN 1668-1673

>Jornadas de Reflexión Académica (11ª: Feb. 2003: Buenos Aires) **En [desde] el Aula**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

>Jornadas de Reflexión Académica (10ª: Feb. 2002: Buenos Aires) **Estudiar, Crear y Trabajar en Diseño y Comunicación**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

>Jornadas de Reflexión Académica (9ª: Feb. 2001: Buenos Aires) **Producción, Creación e Investigación en Diseño y Comunicación**. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.



- > Jornadas de Reflexión Académica (8ª: Feb. 2000: Buenos Aires) El rol docente frente a los nuevos escenarios profesionales. Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.
- > Jornadas de Reflexión Académica (5ª: Feb. 1997: Buenos Aires) *¿Alumnos o Carreras? Parte III* Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.
- > Jornadas de Reflexión Académica (5ª: feb. 1997: Buenos Aires) *¿Chips o Libros? Parte II* Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.
- > Jornadas de Reflexión Académica (5ª: feb. 1997: Buenos Aires) *¿Aprender o Enseñar? Parte I* Buenos Aires: Universidad de Palermo, Facultad de Diseño y Comunicación.

