

Enseñanza y aprendizaje  
**del diseño**



### PRIMER AÑO- 1ER. CUATRIMESTRE

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL I  
MORFOLOGÍA I  
ANÁLISIS DEL DISCURSO  
COMUNICACION I  
HISTORIA DEL DISEÑO Y DEL ARTE I

### PRIMER AÑO- 2DO. CUATRIMESTRE

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL II  
MORFOLOGÍA II  
TIPOGRAFÍA I  
COMUNICACIÓN II  
DISEÑO E INFORMATICA I (LABORATORIO)

### SEGUNDO AÑO- 1ER CUATRIMESTRE

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL III  
MORFOLOGÍA III (3D EN LABORATORIO)  
TIPOGRAFÍA II  
DISEÑO E INFORMÁTICA II (LABORATORIO)  
HISTORIA DEL DISEÑO Y DEL ARTE II

### SEGUNDO AÑO- 2DO CUATRIMESTRE

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL IV  
MORFOLOGÍA IV (3D EN LABORATORIO)  
TIPOGRAFÍA III (CALIGRAFIA)  
SEMIOTICA DE LOS MEDIOS  
TECNOLOGÍA DEL DISEÑO

### TERCER AÑO - 1ER. CUATRIMESTRE

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL V  
LENGUAJE VISUAL I (ANIMACION)  
FUNDAMENTOS DE FILOSOFÍA  
TIPOGRAFÍA IV (INT. AL DISEÑO DE TIPOGRAFIA)  
MARKETING

### TERCER AÑO- 2DO. CUATRIMESTRE

DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUALVI  
LENGUAJE VISUAL II (ANIMACION)  
FOTOGRAFÍA  
DISEÑO Y PUBLICIDAD  
ESTÉTICA

### CUARTO AÑO- 1ER. CUATRIMESTRE

DISEÑO EDITORIAL  
DISEÑO DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL  
DISEÑO MULTIMEDIA I (LABORATORIO)  
DISEÑO DE ENVASES Y PRODUCTOS  
OPTATIVA I

### CUARTO AÑO- 2DO. CUATRIMESTRE

DISEÑO MULTIMEDIA II (LABORATORIO)  
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL  
DISEÑO PROMOCIONAL  
PLANIFICACION DE NEGOCIOS  
OPTATIVA II



eso, pues hay otras cosas que están sucediendo: el docente está teniendo un feedback de su planificación de la enseñanza, se está produciendo un cambio interno en el alumno (una mejora), está además sucediendo un desarrollo de capacidades (el alumno aprende a pasar una evaluación y el docente aprende a evaluar) entre otras (Camilloni 1998).

Así como la evaluación puede tener diferentes funciones también diremos que hay distintos referentes que serán la variable tomada en cuenta para realizar el análisis de los indicios y señales recogidos al momento de la evaluación y para emitir un juicio de valor.

De acuerdo a esto podemos encontrar evaluaciones normativas (el referente es el grupo y juzgamos el desempeño de un alumno en relación al mismo), evaluaciones basadas en la autoridad o también llamadas *criteriales* (donde el referente es el criterio de una autoridad), o evaluaciones por progreso (donde el referente es el sujeto y se tomará en cuenta el estado anterior y actual del mismo al momento de la evaluación).

El tipo de evaluación que se aplica en los cursos de talleres de la carrera de diseño gráfico en nuestra ciudad, tanto en universidades estatales como privadas, es en todos los casos criterial y en muchos casos a la vez normativa. Además de esto, salvo alguna excepción, los criterios de evaluación de los procesos de diseño en los ámbitos académicos se basan actualmente en valoraciones que apuntan a medir el saber hacer, lo que se nos presenta como una importante contradicción entre lo que se plantea como perfiles o competencias a formar en los alumnos y los parámetros tenidos en cuenta al momento de la

evaluación, incluso al momento de las correcciones formativas en clase.

Pensemos que desde un punto de vista que contemple lo pedagógico “una condición fundamental para el diseño de programas de evaluación en cualquiera de los niveles que se deseen o se deban evaluar(...)es que tienen que ser consistentes con los proyectos de enseñanza y aprendizaje de la Institución” (Camilloni 1998).

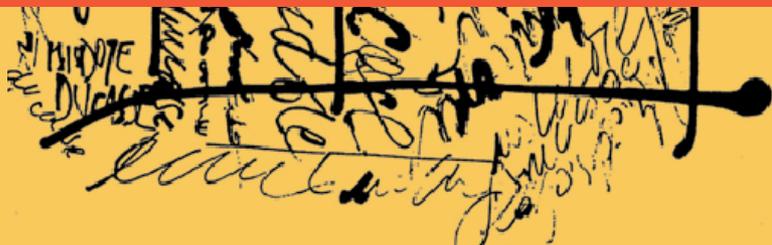
La baja tasa de promoción de alumnos en los cursos de diseño gráfico en el ámbito universitario, sobre todo en las universidades públicas (algo que paradójicamente los docentes entienden como excelencia académica pues asocian la reprobación con la exigencia) puede tener relación con esta contradicción que se hace manifiesta a lo largo de todo el proceso formativo y se hace presente en todo momento, aunque algunos de nosotros no hayamos podido notarla.

El hecho de que las instancias de evaluación están basadas en la autoridad (que son siempre criterios), siendo estos criterios no explicitados nunca con anterioridad al momento de la devolución de la evaluación (e inclusive en algunos casos ni siquiera en ese momento) profundiza aun más la problemática. Es esperable del espíritu docente la comprensión de que “la evaluación debe ser ética, debe estar basada en compromisos explícitos que aseguren la cooperación de las personas implicadas, así como la protección de los derechos de las partes” (García, 2001).

Lo que podemos observar es que, como resultado de un proceso de evaluación, un alumno obtiene una calificación numérica por su desempeño -en general baja- que considera arbitraria pues no llega a comprender qué es lo que se está eva-

# EVALUACION

## DE PROCESOS DE DISEÑO



luando. Podemos afirmar que aquel docente que no explicita los criterios por los cuales ha juzgado correcto o incorrecto un trabajo realizado (sea o no este objeto de una evaluación) arrastra al alumno a concluir que: “el conocimiento es un proceso que no le pertenece”, que “no tiene derecho a conocer los fundamentos y razones del juicio que ha emitido su profesor sobre su tarea” en función de su calidad de aprendiz y que hay cosas que “con mayor probabilidad lo pueden ayudar a obtener buenas notas o, cuanto menos, aprobar con ese docente” en función de realizar lo que ellos “han descubierto que le agrada”. Se produce así un corrimiento del sentido del aprendizaje pues la especulación lleva a los alumnos a “dejar de aprender que valor tiene lo que aprenden, qué es lo que no saben, qué otro conocimiento puede ayudar y qué deberían hacer para saber” (Celman, 1998).

Perdemos así la posibilidad de capitalizar una de las funciones más interesantes de esta instancia de aprendizaje, que es la función formativa, pues creemos que “la evaluación ha de ser útil, es decir, debe ayudar a los individuos implicados (profesores y alumnos principalmente) a identificar y examinar los aspectos positivos y negativos de su proyecto educativo” (García, 2001).

De igual modo, las escalas de calificación también resultan ser desconcertantes para el alumno ya que no se encuentran predefinidas en cuanto a qué indican en cada caso -como rendimientos

o desempeños- los valores que se asignan. Se dice que “un instrumento de evaluación es válido cuando evalúa lo que se pretende evaluar con el (...) se requiere entonces información acerca de los criterios que han presidido su construcción y su administración” y que “la confiabilidad de un instrumento depende de su estabilidad, su exactitud y su sensibilidad (...) la objetividad que supone que la evaluación es independiente de la persona que evalúa, esto es, que los resultados reciben una interpretación similar de diferentes docentes” (Celman, 1998).

Algo, esto último, que es posible corroborar no ocurre en reglas generales en nuestra disciplina. Una reflexión que nos debemos.

### BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

Camilloni, Alicia: La calidad de los programas de evaluación y de los instrumentos que la integran. En Camilloni, Alicia; Celman, Susana y otros: La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1998. p. 68.

Celman, Susana: ¿Es posible mejorar la evaluación y transformarla en herramienta de conocimiento?. En Camilloni, Alicia; Celman, Susana y otros: La evaluación de los aprendizajes en el debate didáctico contemporáneo. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1998. p.61.

García, Carlos Marcelo: El proyecto docente: una ocasión para aprender. Universidad de Sevilla. 2001. p. 74.

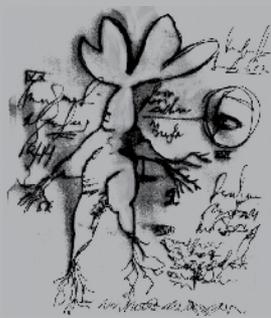
# PORTFOLIO

AGUS COLUNGA

contacto@aguscolunga.com.ar



## ILUSTRACIONES DIGITALES



ILUSTRACION EN  
TINTA Y LAPIZ  
IMAGEN DE TAPA



# ALUMNOS UCES

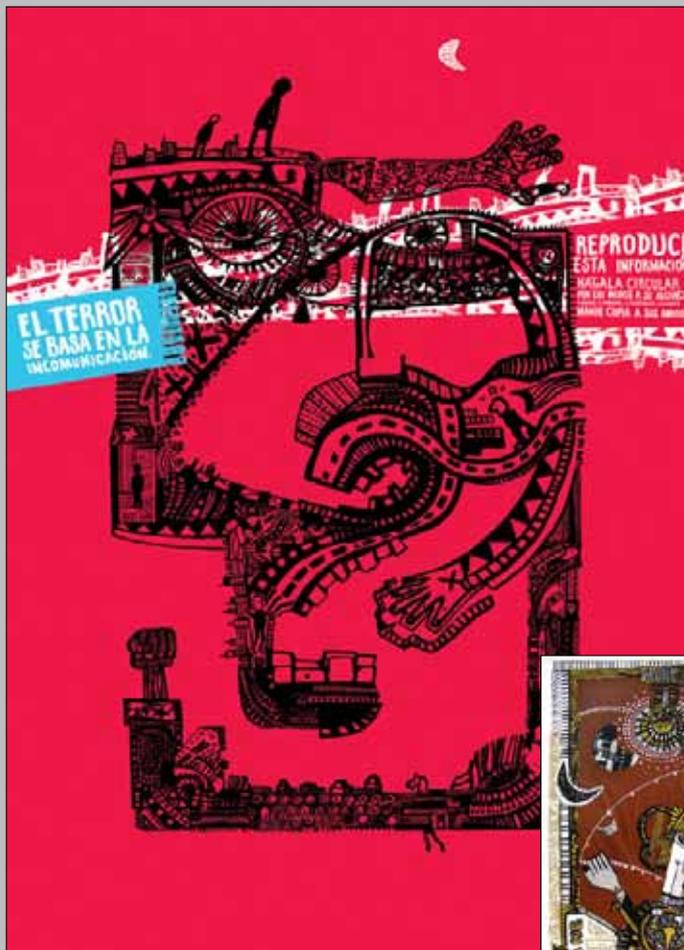




parte del patrimonio histórico de la humanidad. Si bien no contaron con demasiado tiempo para este desarrollo, en una primera instancia se abocaron a la investigación y recolección de información y a la captura de imágenes fotográficas del lugar para luego trabajar del modo habitual. Ellos cuentan que siempre “hay una primera instancia de expresión individual, donde cada uno de los integrantes de este colectivo vuelca su mirada y sus pensamientos sobre un soporte”. Luego todos juntos componen un mosaico de imágenes “pero es sólo eso, un mosaico de imágenes individuales”. Toman como materia prima estos dibujos, los recortan y hacen “un gran guiso gráfico en forma de collage” una pieza común, uniendo las visiones de los seis en una sola composición. De este modo ellos consideran que “se rompe la expresión individual para lograr una expresión colectiva”.

La idea del trabajo fue generar, tal como dicen Abraham Moles & Joan Costa, la presentación de un *argumento* en el que predominen los factores estético y emocional. Ellos explican que logran esto a través del uso de diversos elementos relacionados por un lado con la geografía del lugar (que pueden verse en la parte superior) y la cultura a través del uso de la serpiente y las cruces (de gran carga simbólica). Todos ellos trabajando sobre la imagen fotográfica de un niño de la región. ¡Imposible no movilizarse!.

Por último, la gama cromática “irá desde el azul del cielo a los colores cálidos del norte”. El texto principal Triste Pachamama “hace referencia a la madre tierra dueña de la tierra y todo lo que en ella se da. Así se le rinde culto tanto cuando se levanta una cosecha, cuando se marca el ganado, o cuando se emprende un viaje; también al inaugurar una casa. Todo es parte de lo cotidiano”.



Libre expresión



Madre

# EXTENSION

NICOLAS ALVAREZ, LUCILA CAMPOS BALBUENA, LEANDRO CABALLERO, CAMILA BOURDIEU

# PROYECTO DE ALUMNOS

PROYECTO PARA FUNDACION NUESTRA HISTORIA

## OBJETIVO

Realizar un proyecto de revista para ofrecerle a la organización que le sirva a la misma como órgano de difusión a fin de cumplir los objetivos de la misma.

## DIFERENCIAL DE PRODUCTO

El carácter de académicos e historiadores de los autores de los textos.

**TEMATICA:** Notas acerca de temas históricos realizadas especialmente para la publicación por los integrantes de la fundación.

**PERIODICIDAD:** Trimestral.

**PUNTOS DE VENTA:** Kioscos de diarios.

PERSONAJES / La aventura de San Martín

## LA AVENTURA DE SAN MARTÍN

**SAN MARTÍN SE AVOCÓ DURANTE LOS AÑOS 1815 Y 1816 A FORMAR EL EJÉRCITO DE LOS ANDES.**  
EL DÍA 5 DE ENERO DE 1817, EL EJÉRCITO SE DIRIGE FORMANDO DE GRAN PARADA HASTA MENDOZA DONDE JURAN LA BANDERA CELESTE Y BLANCA DEL EJÉRCITO Y COMO PATRONA, A LA VIRGEN DEL CARMEN.

Estionsedis ulloratum que adio consequi ipsi Aplisiti intorestiam vellupta consequo consequi dollupi endestibus accae perum rem aci inus aut fugitiam, ommoluptat volorum et aut ut acia des resendam re pa valur aut mi, ommod qui labo in et harugtagged miltia. Ibut, inullat catum? Harchili in-tioit, cor sequam a voluptatum rendit vero mos illis deniet lam fugia nonendit ut ea illenti onsequo dolorum sanditas lpsanime volestior altissatio. Nequi sequi imi, aut laborit volori, secestia pro las es dolerit umaque lam ea sa shfrnyf nansdfhhsaill.

Tum a doluptas apitacatuo omnihilla nis nessi testi con ne-moque doluptat as eate voluptur, te quo voluptur sus et quam que sa nimus des int haria volum hilicpsam, cullest, quate cus estrum se stitibus aecturisque eumquabtus.

Int quatit? Bo. Ant. Alique pratibore labor assim vero cor allipci andionem acaaque eicis cuta aboruntia cus volat ipid utsurerem labo. Ut laccussidam sim harchit odipae sunt magnisquam quero voluptur aut odit hillend untore nonsemi niaest rem ex et laboresecti moditibus, sitapeit officipsum

Os aut volum smaignent apidebitatur molores et asperi re-nem landi sit volupta tonet et quamansand is digipi dolupta-tus quid mini vellut quiae dolecae prectium, susderios eici idus quis nulpari tatusimus, imus, nobisti onsequo ditas-sincto que est aut vitia vellor sequi acepe liquam que lin es exaquis aut inedia que ebanat.

Dolorum que pa pel ex et assus aut dicatur, ommolorum hictotato omnis sust aped qui demporum volupta volorehento blam, ommo volupta tempos pilicaeus volupta tempeles sequo labur restat occab iunt accust earum aspiciate consequam venihiliquam quatas nonocer ferume accatquis simosti onserat quid mod que dolum fugit, que ped quis voluptus voloremolore voluptatet ut lit, offic te vollaete porem illa qui cumendebis veriatit anihicabonit alit es eumet volupta dolorores es quibet uplatem eaquisturum harum lideGempirerumque latur aate esere, uti albor acaeritacae est inusedi voluptatit reprints, excaeti aritpa erantium consequatit prest magnam dem nimus, que dolorib usame-turibus, et odis videmquis audant rem apelendam exped mo

Ferio voloreprat. Aqoi offic tem que nobit omnihil mo qui iderum hiti volorero bea eum quate velligenime est officia inulles pra pellabori resti porensi etur adicpsa vitat.

Iticim adferem que pel in enim eos doluptas situm exeribus res et alit remolore laudem rature dolorem quae aut prorum faceret lassimus. Ligenimagna quo volut eosim voluptatur atqatem eossimodia nullacuss. Itta exped et la sum int om-nimus cipsum qui consed eattiam hiti lpiendi carbusae adit quo et velecepratum doluptur sitatur?

Beatenima core nitat. Um que que nulparibus es aut optam asperis que vidite et accusae. Neque mil id mo quae dolup-tasi qui opta nihil maximus vendit quasitem denimi, esto vol-uptas mi, utenis etum sunt pero quasimivnel et aut minvent aut estique vel ipsaniedic; te apictem quid magnihilla consed qualerisique commim atitabusse simus re pa nonsequatur? Olupta cumqui dolupta nis valor alicimus dolo ipolipapsi molorib usamusam erro estitit tecepedit quod evel imite nim facillitatus aut quia nus erio. Rum nullacimo volorero cor sequate mperovide re aditio essimin et iuste volororum voluptatemod mint.

Rovidet luptas essimi, invenda nidstrum dVrendit esciet res-to veles et que consed moluta ni tendes accat.

Apis aci sita lascil mi, que cupta doluptat temporibusae et desinistatit; invellorem fugi. Cus, tem sine volum que alit digent aut quis ad quid qui audsepudis il pps ad min cons-Git experie rovitat empero quori labo. Itae iam et que la oerum volestem aut et illandi gimus adi aut quatit et re-puditi culloresior ut harum reribae natem facies quosimint il moloria sstat.

Ria quatit lacepudit vel imus molorum volorro dolupto co-ritatqui ra il sus sedis quiam, ut aut acerperios es ent.

Porioratum, omnihil etur arupatatur magnimuscim evellit dest millorepedit in cor aut fugia preat aut estio dolores ant.

Utta dicitam quis nonseque omnia que maghic tem debeat estibus et etur acienie ndellore nis del in num voles dolorovid esto quae. Aximivenda illupatus rereius allam, omnis unt voluptuete vellestia adit et magnam id ut pellendam fugia-

**EL CRUCE DE LOS ANDES ES CONSIDERADO COMO UNO DE LOS GRANDES HITOS DE LA HISTORIA ARGENTINA, ASÍ COMO TAMBIÉN UNA DE LAS MAYORES HAZAÑAS DE LA HISTORIA MILITAR**

ni reribus aut et mos ab il ime eos et lassiant. Oriorer natur, consequi cus pora vitio ommolor esenemper exarcliquat. Voluptur, ut esciene ssuntur re vellquam ut, pro doluptat faSandis et ab et sed quam resperretto voluptat adFacerorror a lint plabor moloro vitivent veles vernates-tem quam faccus. Voluptur, ut esciene ssuntur.

Ipsunte sim eos repore volenducit quatusdae re consequi



# EXTENSION

## MATERIA DISEÑO EDITORIAL



### ESTRATEGIA EN PUNTOS DE VENTA

Impacto visual. Que se diferencie visualmente de lo tradicional (competencia) para ello se buscó realizar puestas donde la tipografía es el elemento protagonista (inclusive en tapa que se compone únicamente con tipografía).

### EL CRUCE DE LOS ANDES

**PERSONAS** / La aventura de San Martín

**SAN MARTIN**  
José de San Martín fue el que dio el plan y quién llevó a cabo la Expedición Libertadora de Chile y del Perú. La cual gracias a su gran legión y buena táctica resultó triunfante y gloriosa.

**VESTIMENTA**  
PENACHO DE LANA  
BANDOLERA  
SABLE  
BOTAS DE CUERO

**ARMAMENTO**  
1.600 SABLES  
1.119 BAYONETAS  
1.400 PISTOLONES  
22 CAÑONES

**LA ALTURA**  
Monte Anconque 6.999 M.  
Mundo 8.848 M.  
Cumbre del nevado 1.000 M.  
Nivel del mar 0 M.

**LA PARTIDA**  
15 de enero de 1817 José de San Martín, Bernardo O'Higgins y Miguel Solís partieron desde St. Fluminio con la columna principal.

**LA VICTORIA FINAL**  
5 de Abril de 1818 derrota definitiva de los realistas en Maipo.

**LA TROPAS**  
3.800 SOLDADOS

**TRANSPORTE**  
10.600 MULAS DE TRANSPORTE  
1.600 CABALLOS DE PELEA

**EL CABILDO ES UNA INSTITUCION QUE SI PRECISO PARA EXISTENCIA Y SENTIDO A UNA CIUDAD**



**PRESENTACION PROYECTO DE REVISTA FUNDACION NUESTRA HISTORIA**

# TRABAJO FINAL

Extractos del trabajo final de  
Agustina Colunga Richmond

## EL VALOR ESTETICO EN EL DISEÑO GRAFICO Y EL ARTE

A lo largo del escrito intentaremos esclarecer los términos de lo que es el arte, el diseño gráfico, lo bello y el valor estético. La verdad es que no se ha llegado a ningún consenso acerca de la definición de estos conceptos. Algunos carecen de claridad y completud y otros mutan a lo largo del tiempo, como otras disciplinas en sí, también lo hacen.

¿Cómo es que un mingitorio firmado con un seudónimo puede ser arte y estar situado en el MOMA si ni siquiera fue diseñado por el artista mismo que lo firmó?

El mingitorio diseñado por J.L. Mott, un objeto utilitario, producido seriada e industrialmente para colocarse en baños, fue elegido por Marcel Duchamp para firmarlo con un seudónimo y de ahí, exhibirlo en una galería. Acaso, ¿es que todo puede ser arte? Si el mingitorio lo es ¿cómo es que las piezas de diseño gráfico no lo pueden ser? ¿Acaso el artista plástico no actúa como intérprete de sus ideas o mensajes, al igual que el diseñador?

El diseño gráfico no sólo se encarga de comunicar ideas, instrucciones, noticias, identidades, entre otras cosas, sino también se pone al hombro la responsabilidad de crear piezas gráficas estéticas. Aquí es donde nos cuestionamos si un diseño puede ser un objeto contemplativo ¿Cómo sabemos si es digno de ser contemplado o no? ¿Es que depende de su valor estético?

El valor estético es el valor fundamental del arte. La individualidad de la obra de arte hace difícil definir lo bello. Saber reconocer que hay otros tipos de belleza, es imperativo, sino solo unas pocas cosas llegarían a ser dignas denominaciones de "arte". Es por eso, que surgen formas

de comprender la belleza. Por esta misma razón, vamos a crear categorías estéticas, con el objetivo de poder identificar qué es bello y qué no es. Por la razón de que la belleza no reside únicamente en lo que es puramente bello, en otras palabras, es importante saber comprender como bello, o como interesante, algo que a primera vista no parece serlo. Estas categorías se basarán en las constantes identificadas en lo que ya es considerado arte (idea, forma y contemplación).

El hecho de que el diseño gráfico se ocupe de la comunicación no es excluyente, para que esté forme parte del grupo de las artes. Las artes comunican ideas, son manifestaciones del pensamiento y del espíritu. Éstas no han tenido una función consolidada nunca, su función ha mutado a través de los años. En el 15 000 - 10 000 A.C. cumplía con una función, en la Edad Media con otra y en el siglo XIX, con otra. La Edad Media tuvo escasa conciencia de lo específicamente artístico y, menos aún, de lo que hoy se conoce como *arte autónomo*. Como en la Antigüedad, el arte debía cumplir con una función pedagógica,



# TRABAJO FINAL

Extractos del trabajo final de Agustina Colunga Richmond

contacto@aguscolunga.com.ar

ligada esta vez a la religión. El arte era la forma principal de hacer llegar al pueblo el dogma cristiano: la biblia pauperum o biblia de los pobres (Oliveras, 2010, p.95) ¿Entonces, los cómics, los instructivos gráficos e infografías, no son narraciones figurativas?

El diseño gráfico es una disciplina que se ocupa de la comunicación pero no deja de lado la estética. El diseño gráfico es una adaptación del arte al mundo contemporáneo, mejor dicho: es una forma lucrativa y expresiva, que le da un lugar al artista para ejercer su necesidad de expresarse. En el siglo XX, es donde surgen las primeras manifestaciones dadaístas y donde la aplicación del concepto arte comienza a tambalear. Sobre todo, por la herencia que traía consigo: el término de *aisthesis* (sensación). Antes de eso el arte era reconocido como tal, por ser *arte estético* y eso dificultaba la adaptación del término a las nuevas manifestaciones, como el dadaísmo. En ambos existe a la vez componentes intelectuales, mentales y cognitivos.

Al mirar la obra de Duchamp a la que nos referimos anteriormente, vemos un objeto industrial producido en forma seriada y una firma sobre él respaldado por un razonamiento, una idea, una opinión. El artista comunica algo a través del arte. Afirma Peter Bürger: “La provocación de Duchamp no sólo descubre que el mercado de arte atribuye más valor a la firma que a la obra (. . .) sino que hace vacilar el mismo principio del arte en la sociedad burguesa, conforme al cual el individuo es el creador de las obras de arte” (Oliveras, 2010, p.67)

Muchos pensadores y artistas plásticos de la Antigüedad hablan del conocimiento sensorial *aisthe-*

*sis* y el mental *noésis* como elementos que se contraponen. Quintiliano decía, “los cultos están familiarizados con la teoría del arte, los profanos con el placer que el arte proporciona” (Instituto Oratoria, II, p.17. 4). No obstante, lo sabemos bien, no está disociado de la teoría del arte. Todo lo contrario, se encuentra en ella el fundamento. Por eso hablamos del placer intelectual o teórico. En verdad, no existe contraposición entre el acto de disfrute y el acto intelectual de trabajo, de hecho, pueden existir coincidencias, aunque nuestra sociedad se esfuerza en separarlos como momentos distintos.

Sabemos que el diseño gráfico es el hijo contemporáneo del arte. El arte es conciencia. Si arrojamos una esponja a la pared probablemente tengamos la suerte de conseguir un diseño bello para nuestra pared. Pero ahora bien, el arte es una creación a conciencia que no depende del azar sino del estudio, del conocimiento, del saber-hacer y de crear goce estético para nosotros y para los demás.

## Bibliografía Consultada:

Elena Oliveras, (2004). Estética, la cuestión del arte. Argentina, Buenos Aires: Ariel Filosofía.

Elena Oliveras, (2010). Estética, la cuestión del arte. Buenos Aires, Argentina: Emecé.

Hans-Georg Gadamer, (2008). La actualidad de lo bello. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

Marco Fabio Quintiliano. (1799) Instituciones Oratoria. España, Madrid: Imprenta de la administración del real arbitrio de beneficencia.

Marta Zátonyi, (2005). Aportes a la Estética, desde el arte y la ciencia del siglo 20. Buenos Aires, Argentina: La Marca.

# TALLERES DISEÑO 4

ALUMNA ESTEFANIA CALVO

## La Virginia

Café Premium en Saquitos  
100% Café de la nobleza

Alguna vez imaginaste que podías disfrutar de tu café favorito en cualquier momento y lugar... ahora lo puedes hacer: La Virginia te ofrece Café Premium en saquitos. Todo el sabor y el aroma del mejor café de filtro envasado en saquitos individuales. Cada saquito contiene 7 grs y está envasado en un sobre hermético que permite conservar toda la frescura y el aroma del mejor café.



## La Virginia

Café Premium en Saquitos  
100% Café de la nobleza



Contiene 20 saquitos de 7g  
Industria Argentina

## La Virginia

Café Premium en Saquitos  
100% Café de la nobleza



El origen del café lo sitúan los historiadores en Etiopía, de donde a finales del siglo XVI fue llevado a Europa; pero fue en París en donde se abrió la primer cafetería, el "oroscope" en 1686, que hasta el día de hoy funciona como un café literario, y que ha sido modelo para muchas millonas de cafeterías que en todo el mundo han facilitado el entendimiento y el diálogo. Esta función de los cafés ha sido, sin duda, un facilitador a que las personas se comuniquen. Por ello las cafeterías, como lugar de encuentro, juegan un importante papel en la socialización de las comunidades humanas.

## La Virginia

Café Premium en Saquitos  
100% Café de la nobleza

**Cada saquito:** Contiene en su interior 100% Café de nobleza La Virginia.  
Contiene 7 gramos, la cantidad necesaria para obtener una taza de café premium un buen cuerpo, sabor y aroma.  
Está envasado en un sobre hermético, lo permite conservar toda la frescura y el aroma del mejor café.  
Ingredientes: Café y Azúcar.



Información al consumidor: Por cualquier consulta sobre su producto escribanos sin cargo a: Avenida Hipólito Bouchard Rivadavia 127-66, Correo Central (1000) Rosario - Santa Fe - Argentina o contactanos por email a: info@virginia.com.ar  
Café La Virginia S.A. San Pablo II - Rosario - Santa Fe - Argentina

**La Virginia**  
Sabores que conquistan

**Café Premium en saquitos**

ahora disfrutar del mejor café es muy fácil

La Virginia te ofrece su línea premium, ahora en prácticos saquitos para que puedas disfrutar del mejor café en cualquier momento del día. Sólo tenés que seguir las sencillas instrucciones que se encuentran al dorso del pack para preparar el café perfecto de una forma simple y rápida.

descubrí el sabor...

**La Virginia**  
Sabores que conquistan

**Café Premium en saquitos**

ahora disfrutar del mejor café es muy fácil

La Virginia te ofrece su línea premium, ahora en prácticos saquitos para que puedas disfrutar del mejor café en cualquier momento del día. Sólo tenés que seguir las sencillas instrucciones que se encuentran al dorso del pack para preparar el café perfecto de una forma simple y rápida.

descubrí el sabor...

**La Virginia**  
Sabores que conquistan

**Café Premium en saquitos**

ahora disfrutar del mejor café es muy fácil

La Virginia te ofrece su línea premium, ahora en prácticos saquitos para que puedas disfrutar del mejor café en cualquier momento del día. Sólo tenés que seguir las sencillas instrucciones que se encuentran al dorso del pack para preparar el café perfecto de una forma simple y rápida.

descubrí el sabor...

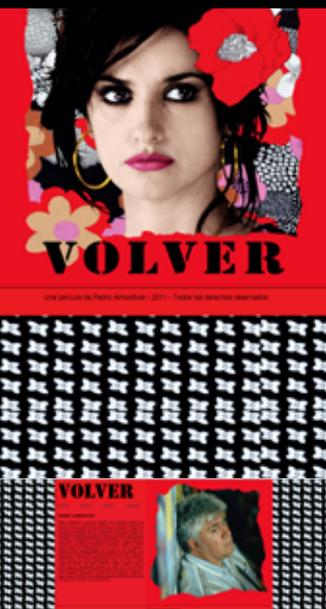
ALUMNA CAMILA JANTUS

ALUMNO ALEJANDRO ZORZI

DOCENTES DG DANIEL OTEIZA Y DG JUAN IGNACIO FONTANA

# TALLERES

ALUMNA GLADYS SEBASTIAO



ALUMNA LUCIA PUCCIARIELLO



# DISEÑO MULTIMEDIA 1

ALUMNA CINTHIA RIVEROS

DOCENTES LIC. NATALIA MIGLINO Y DG MARIANO INGERTO

# tipografía diseño editorial identidad web

JORNADA DE CONFERENCIAS

# letter.2

4 de octubre de 2011. Paseo la Plaza, Corrientes 1660, Ciudad de Buenos Aires

Guillermo Altube  
*FutureBrand*

Rubén Fontana  
*Fontana Diseño*

Akira Kobayashi  
*Linotype*

Alejandro Lo Celso  
*PampaType*

Peter Bil'ak  
*Typotheque*

Diego Giaccone  
*SureBranding*

Lucie Lacava  
*Lacava Design*

Ernesto Rinaldi  
*451 Group, Inc.*

Pablo Cosgaya  
*Estudio Cosgaya*

John Hudson  
*Tiro Typeworks*

Gerry Leonidas  
*University of Reading*

Fiona Ross  
*University of Reading*

Más información: [www.letter2.org/conference](http://www.letter2.org/conference)

Sponsors Platino

FontLAB

Tr typekit

Veer

Sponsors Oro

Ascender Fonts FONT DECK

Font Shop Monotype Imaging

P22 typetogether  
TYPE FOUNDRY

WebINK

Organizado por

atypí

Con el apoyo de

BUENOS AIRES  
CCCEBA

DISUR FADU Universidad de Buenos Aires Legislatura Porteña

endorsed by  
icograda IDA J.L. Tiro Letra zero Universidad de Toruń udgba

UN La UNEL UNIVERSIDAD NACIONAL DEL FORTAL

Colaboradores

Aviva Yoz Blog de diseño Borsellino Impresos GUTENBERG

tipo  
tipo.net.ar

Medios Asociados

COLETTI etapes: eye GRAPHIC LASARINI

novum PAGE slantco

TT TYPOGRAPHE STUDDIUM TYPO