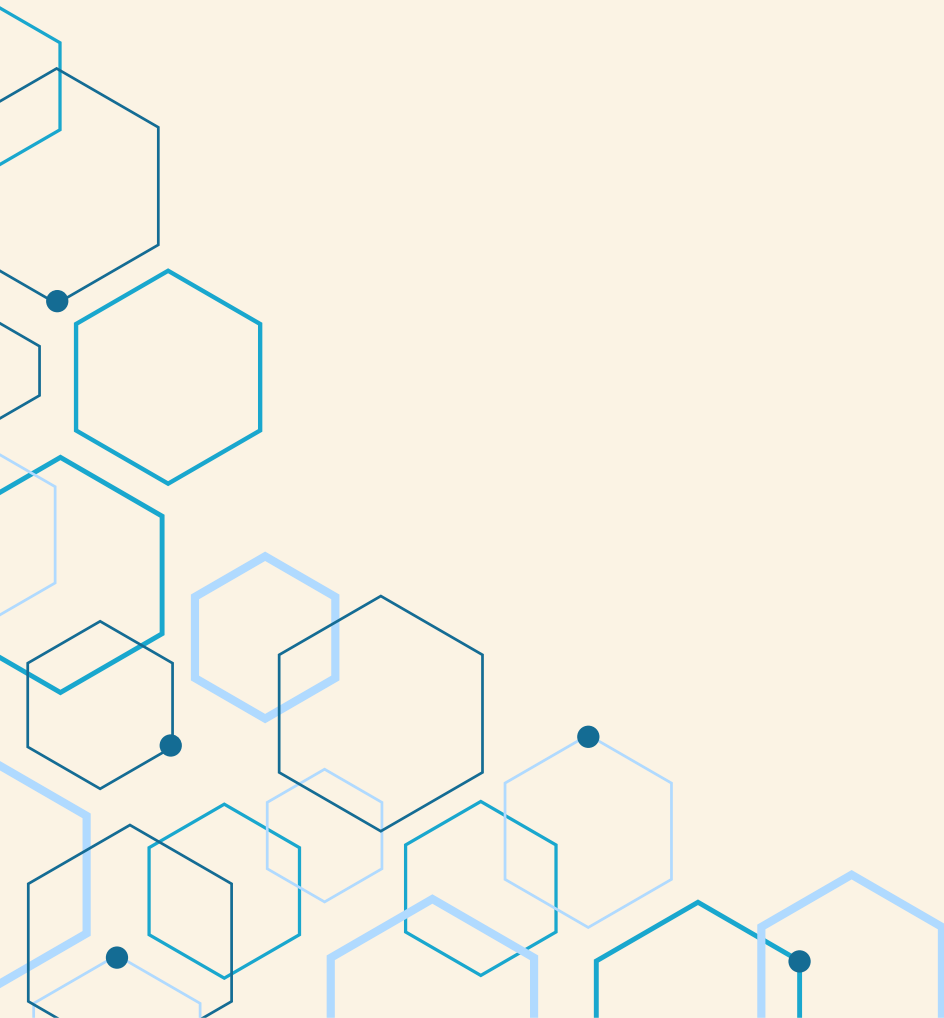




# *creative* PORTFOLIO

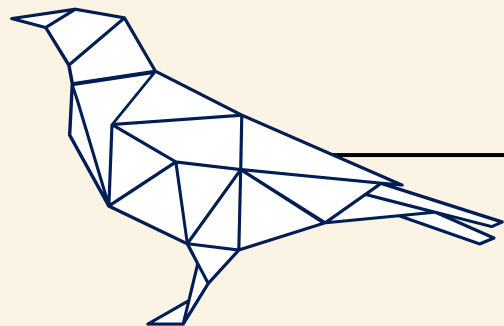
BY PABLO BORZONE





# *welcome to* **THE CREATIVE SOLUTIONS**

Creative and holistic solutions for your projects. We promote your ideas with a comprehensive vision that includes the design and identity of your brand, as well as the global communication of your entrepreneurship.

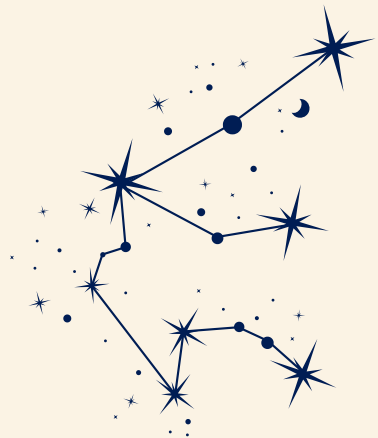




GRAPHIC DESIGNER

# *introduce* **ABOUT ME**

Hello! I am Pablo Borzone, UBA  
graphic designer, consciousness  
researcher & communication  
specialist.



03

**PABLO  
BORZONE**





PABLO BORZONE

# *personal* **SKILLS**

My years of research and development of different initiation maps and mandalic languages allowed me to merge my university studies in graphic design and visual identity with a deep knowledge of the complex communication systems that inspire universal languages, thus achieving maximum power and coherence.



**GRAPHIC DESIGNER**



**SOCIAL MEDIA CREATIVE**





PABLO BORZONE

15

Years of experience

500+

Satisfied customers



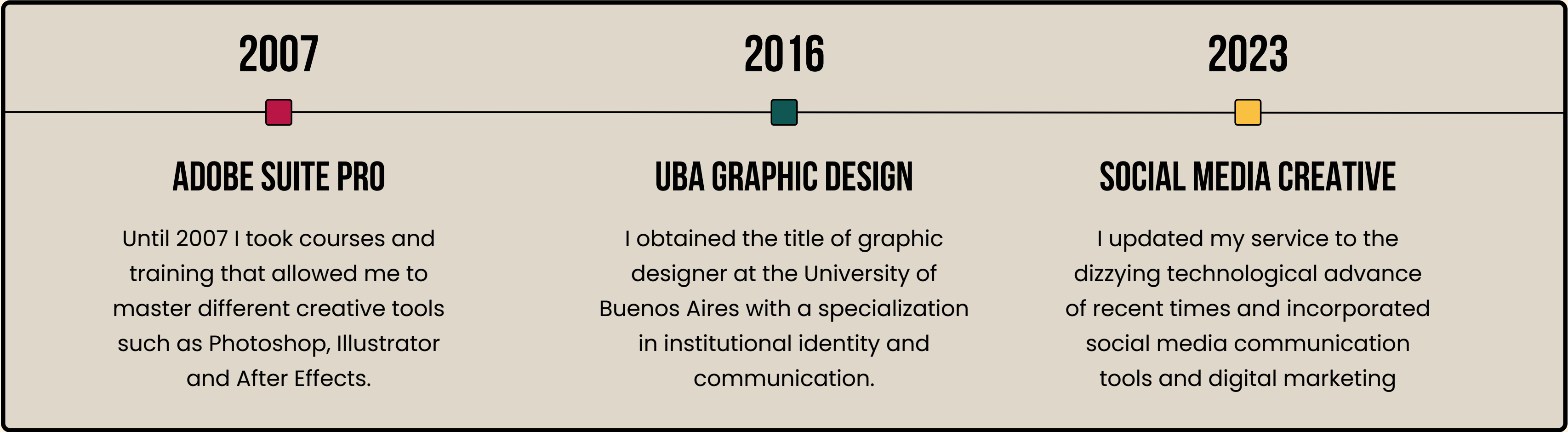
Always evolving. Always expanding and updating

#evolution



It is an honor for me to be able to make  
my service available for your projects  
and ideas.

# EDUCATION BACKGROUND



# *project* PORTFOLIO

Below I offer you a tour of some of the projects that I most enjoyed doing, and that have obtained excellent results in terms of public reception.

**BUQUEBUS**

**BLUE PRODUCTIONS**

**KIOSCO DEL COLE**

**PANASONIC LUMIX**

**247 ARGENTINA**

**PANCHIN HOT DOG´S**

#projects







2014

# BUQUEBUS®

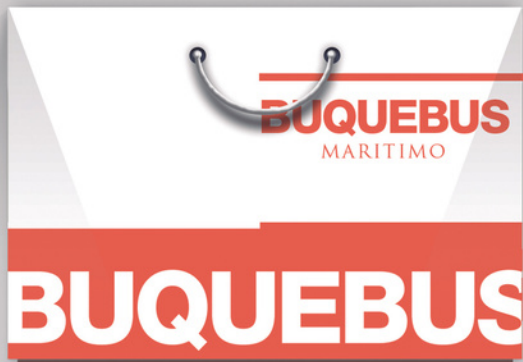
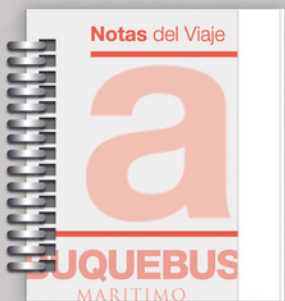
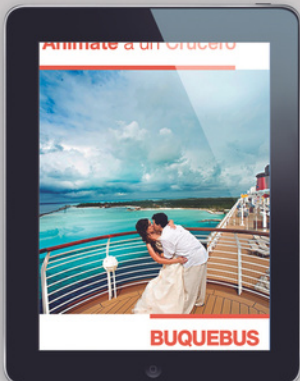
In this communication refinement campaign, services offered by the company were optimized and differentiated depending on the type of client.

























Descubrí **tu mundo**



**BUQUEBUS**  
TURISMO

Volar es un **placer**



**BUQUEBUS**  
AEREOS

Animate a **un crucero**



**BUQUEBUS**  
MARITIMO



Descubrí  
*el placer*  
**de viajar**  
y conocer  
*tu mundo*

**BUQUEBUS**

**Animate a un Crucero**



**BUQUEBUS**  
MARITIMO

**BUQUEBUS**  
MARITIMO

**BUQUEBUS**  
MARITIMO

**BUQUEBUS**  
MARITIMO

**BUQUEBUS**  
MARITIMO

**BUQUEBUS**  
MARITIMO













2016



# BLUE<sup>®</sup> PRODUCTIONS

During my years at Blue Productions, I designed hundreds of editorial design pieces for the main media outlets in Argentina, like Clarín and La Nación, as well as independent and smaller media outlets. Below I present some infographics and editorial pieces that I made in those years.







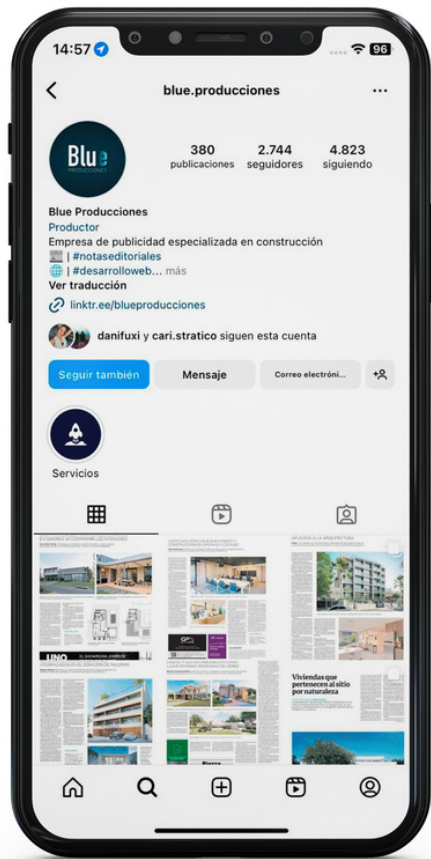
Area Sports Magazine  
Cover "Pura Sangre"  
(2016)

"El Descamisado"  
Newspaper  
(2016)





# Blue PRODUCCIONES



## Arq. Cordeyro Note in Clarín Architecture (2016)

*Trabajando en proyecto, dirección y construcción de obras en diversos segmentos de la industria*

### Santiago Cordeyro Arquitectos, 25 años de arquitectura

**S**antiago Cordeyro Arquitectos, es un estudio de Arquitectos que hace 25 años trabaja ininterrumpidamente en proyecto, dirección y construcción de obras en diversos segmentos de la industria. Se especializa en viviendas unifamiliares y multifamiliares, arquitectura comercial y corporativa, proyectos urbanos y de inversión. Cada proyecto que se encara en el estudio atraviesa diferentes etapas de diseño, siempre priorizando captar la esencia de cada proyecto, las necesidades de cada cliente y la calidad constructiva. De esta manera, logran un diseño moderno, innovador y que a su vez perdura en el tiempo. En 25 años cuenta con 170 casas diseñadas y construidas 33 proyectos multifamiliares 150.000 m<sup>2</sup> de locales comerciales y sucursales corporativas construidas 93.000 m<sup>2</sup> de oficinas corporativas construidas 20.000 m<sup>2</sup> de industrias construidas 8 proyectos urbanos. El buen manejo de diseño y una

arquitectura que quiere perdurar en el tiempo pensada para el hombre que habita en ella, pero buscando la estética, el buen uso de los materiales, la economía de los recursos y actualmente el ahorro energético, son los puntos clave que el estudio toma para enfrentar cualquier proyecto. La calidad constructiva y el seguimiento de las obras son las herramientas utilizadas para lograr una buena obra terminada. En la mayor simplicidad está la mayor sofisticación. Cada diseño que se encara en el estudio contiene: Inspiración en captar la esencia de ese proyecto, el toque distintivo, el ángel, el valor agregado que es una búsqueda que siempre preocupa al momento de encarar cualquier proyecto. Interacción: captar al cliente, lo que quiere lo que busca, su objetivo, sorprenderlo con lo que no buscaba pero es esencial a la arquitectura. Creatividad: innovar ser diferente, a medida del hombre, del tiempo y de la situación.

**“Cada proyecto que se encara en el estudio atraviesa por diferentes etapas de diseño, siempre priorizando captar la esencia de cada proyecto...”**

**#Cifras**  
**33**  
Es la cantidad de edificios residenciales proyectados en 25 años por el Estudio.  
**170**  
Son las casas proyectadas en el área de la residencia familiar y multifamiliar.

**Diseno y Servicio**  
**Tres valores**  
Nos caracterizamos por tres grandes valores: **Diseño, Servicio y buen manejo de presupuesto.** El objetivo del estudio es hacer buena arquitectura, que trascienda las modas, vigente en el tiempo. Hemos decidido ser especialistas en el cliente, ya sea para el desarrollo de un proyecto para una vivienda particular, una empresa, edificio, o un desarrollo urbanístico. Buscamos presupuestos acordes, convenientes de la importancia de la economía en el proceso constructivo.

**El paisaje como parte activa del diseño**  
**Prestarle atención al paisaje logrará sorprender a los propios dueños**  
**El paisaje como parte activa del diseño**  
El proceso de diseño, es una característica del estudio, conjuntamente con el cliente, imaginar y soñar con un nuevo proyecto abriendo la mente y dejando volar la imaginación, aportando toda la experiencia del estudio, dan un enriquecimiento extra a cada proyecto que se encara en nuestra firma, trazando el mejor de cada trabajo en conjunto. La seriedad, la calidad humana de su equipo de trabajo y la mejora constante en la concreción de sus proyectos son algunos de los distintivos que lo caracterizan. Buscamos materializar los deseos de nuestros clientes, de manera funcional, estética y armónica, interpretando cuáles son sus intenciones al momento de soñar un proyecto y desde nuestra experiencia tratamos de orientar, encuzar y enriquecer dichos sueños”, Santiago Cordeyro. El estudio desarrolla exhaustivas reuniones de investigación junto con sus clientes para tratar de obtener la mayor cantidad de información posible y de esta forma, contar con los elementos subjetivos y técnicos necesarios para materializar un proyecto. Dentro de lo que es vivienda particular, se han desarrollado más de 20 proyectos de vivienda moderna independiente. Hace 10 años los clientes solicitan cada vez más viviendas modernas, con techos a dos aguas, labios a la vista, llenar la mayoría de los proyectos que se encargan buscan transmitir su más osado, crear mayor protagonismo del exterior de la casa, producto en parte de la nueva urbanización en buena parte, en donde la casa labrada son viables y no solo de frente como sucede en la casa en la zona urbana. Lo que se hace es una arquitectura perdurable en el tiempo, más allá de las modas actuales, que acompaña la permanencia de sus dueños. Vive la arquitectura acompañada en entorno natural es uno de nuestros principios al momento de diseñar.

**LA LUZ**, manejar la luz natural, preponderando las mejores vistas, y las distintas situaciones a lo largo del año. Y el aporte de la iluminación artificial manejándola con un estudio dentro de detalles constructivos la idea debe perdurar y mejorar con el tiempo. Crear la conexión entre arquitectura y lugar por medio de materiales naturales pedras, maderas, hormigón.

**EL ESPACIO** la buena espacialidad que emocione y que aporte al bienestar que habita diferentes situaciones, lugares y vivencias para lograr una buena armonía arquitectónica, pensadas en el confort y el buen vivir.

**LOS MATERIALES** el buen uso de los materiales, su comportamiento y que perduren en el tiempo.

**FRAGUEIRO**  
Acompañamos al Estudio Montevideo en sus desarrollos  
(0351) 472 3172  
www.traqueoparticular.com / revestimiento@traqueoparticular.com

**FORTE DEI MARMI**  
MARMOLEO E GRANITOS  
Av. del Libertador 7300 - Nuñez  
Tel. 4459-3757 / 4792-0786  
info@fortedeimarmi.com.ar / fortedeimarmi.com.ar

Agradecemos al Arq. Santiago Cordeyro la confianza depositada en nuestra empresa.  
**Surmetal**  
CARPINTERIA DE ALUMINIO - VIDRIO - DH  
Reconquista 1672, Buenos Aires / Teléfono (011) 4453-8047

*Un equipo de trabajo que traspasa las fronteras*

### La unión de dos estudios, Ok Paul & Estudio Montevideo

**E**sta fusión entre Ok Paul & Estudio Montevideo, nace de la unión de dos estudios. Por un lado Pablo Dellatorre y por otro Estudio Montevideo, que son 3 socios, Arq. Ramiro Vega, Arq. Marco Ferrari y Arq. Gabriela Jagodnik. En noviembre de 2013, Estudio Montevideo arma su estudio en Corazón de manzana, edificio de la autoría de Pablo Dellatorre, ubicado en un corazón de manzana de barrio obrerista, hecho de metal, hormigón y piel de madera. Un oasis en plena ciudad. Cuando lo conocimos a Pablo, estaba haciendo pizzería popular y arrancando con un nuevo restaurante "Ochre", y este último fue la primera experiencia trabajando juntos. A partir de ese momento otros trabajos, hasta que nos asociamos **OK PAUL + MNTVD**. Actualmente nos mudamos a un nuevo estudio ya todos juntos. Al equipo lo completan otros arquitectos: Selene Vega, Ignacio Ongini, Sofia Fiat, Florencia Martínez, y futuros arquitectos: Antonella Fancher e Ignacio Igazabal. Como así también una diseñadora gráfica: Clara Quinteros. Desde julio de 2014 hasta el día de hoy llevamos realizadas 28 obras y actualmente tenemos 13 en proceso. Este año abrimos 2 restaurantes en Santiago de Chile y estamos prontos a abrir 2 heladerías en Villa del Mar. Cuidamos mucho que la cantidad de proyectos que hacemos no afecte la calidad, lo tratamos a cada uno por más pequeño que sea como único y especial. Estamos en los detalles donde sabemos que hacemos la diferencia, la última semana de cada obra es la más importante de todas. Una de las principales políticas del estudio es, sobre todo, disfrutar de lo que hacemos, compartir las ganas de hacer y soñar.

**“Estamos en los detalles donde sabemos que hacemos la diferencia, la última semana de cada obra es la más importante de todas...”**

**#Cifras**  
**28**  
Obras realizadas desde Julio 2014 hasta hoy.

**letter systems**  
Corporate Waterjet Inkjet  
Agradecemos al Estudio Montevideo la confianza depositada en nuestra empresa.  
Grat. Alvar 173 1 B - Córdoba - (0351) 423 7068 - (0351) 241 2190  
info@letterysystems.com.ar - www.letterysystems.com.ar

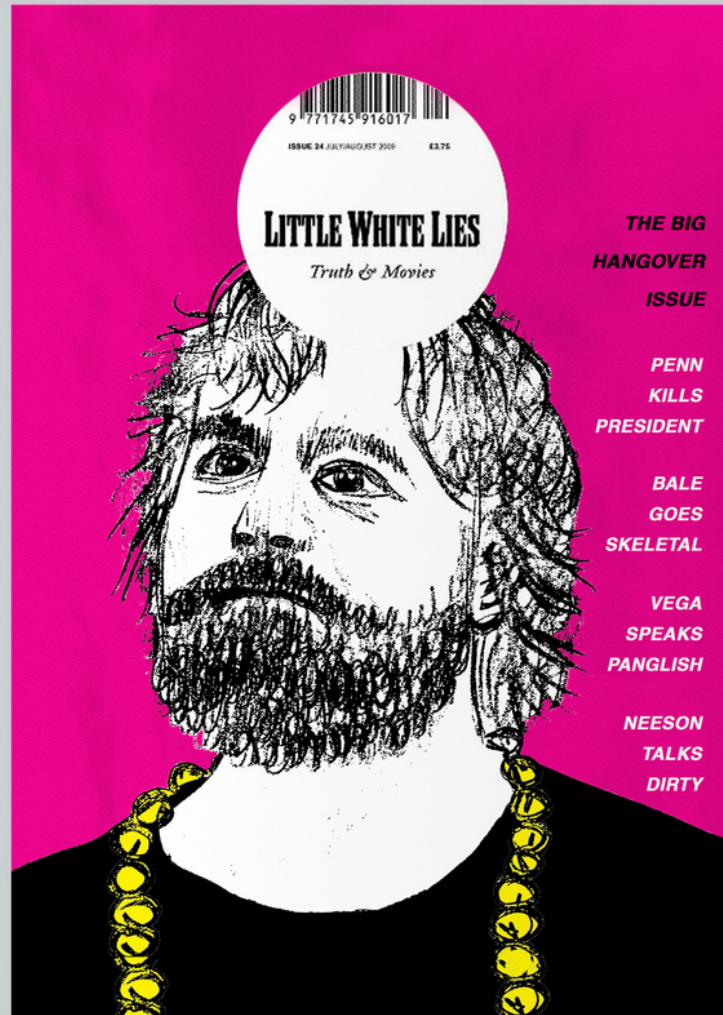
**KANTINE**  
Agradecemos al Estudio Montevideo la confianza depositada en nuestra empresa.  
Grat. Alvar 173 1 B - Córdoba - (0351) 423 7068 - (0351) 241 2190  
info@kantine.com.ar - www.kantine.com.ar

**PARANA 201**  
LUMINACION E ELECTRICIDAD  
Agradecemos al Arq. Marcelo Seirer la confianza depositada en nuestra empresa.  
Parana 201  
(Esquina J.D. Peroni)  
Capital Federal - CP 1037  
Tel. 4375-5984 (línea rotativa)  
Email: info@parana201.com.ar

**ENRIQUE**  
DEMOLICIONES Y EXCAVACIONES  
enrique@demoliciones@hotmail.com.ar  
Teléfono: 4206-1264 / Nextel: 568-5270

## Architecture supplement Clarín (2016)

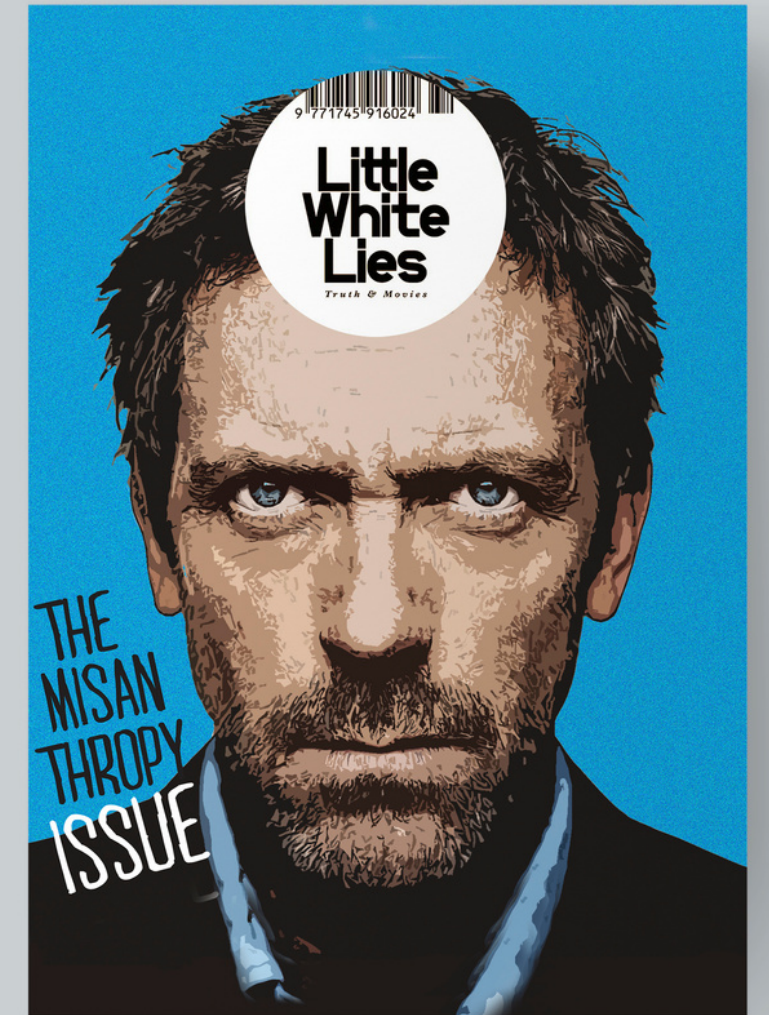




Area Sports Magazine  
(2016)



Covers for  
Little White Lies  
Magazine  
(2016)



Covers for Youth and Sports Supplements of  
the newspaper "El Descamisado"  
(2016)





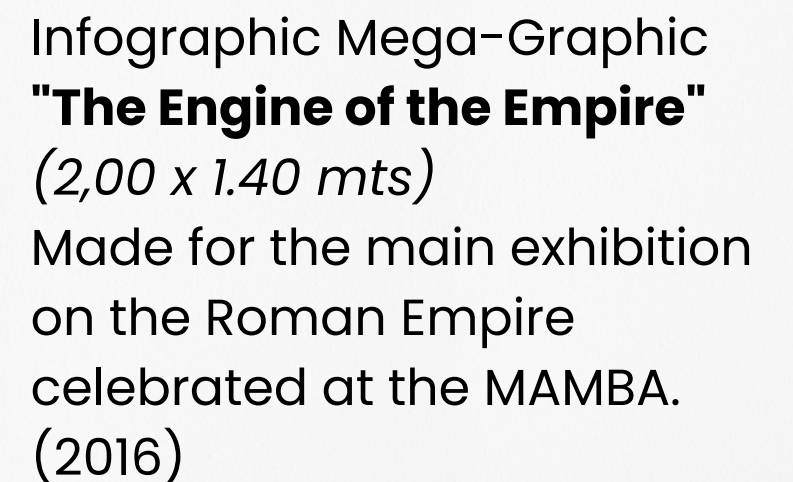


Institutional graphic  
Blue Productions. (2016)





Mega-gráfico sobre la historia del Imperio Romano, desde los comienzos de la ciudad de Roma allá por la monarquía, su civilización, sus avances tecnológicos, pasando por la república y la formación del gran ejército romano para luego adentrarse en el alto imperio y sus instituciones político-militares.





# EL PODER EN ROMA

## Como se repartía la torta en el Imperio

La sociedad romana, como muchas otras sociedades antiguas, se basaba en la desigualdad, y, como en toda sociedad desigual, la tensión entre las clases y su dialéctica es el motor de su historia y su principal característica. Las clases que se distinguieron fueron cinco: patricios, plebeyos, esclavos, clientes y libertos. Las tres primeras fueron las clases con mayor actividad política; las otras dos, menos. Esta organización social no fue estática durante toda la historia de la antigua Roma. Hubo tensiones, cambios, evolución. El enfrentamiento entre Emperadores y Senado duro muchos años.

## Estructura Social y Política

La primera estructura social y política de los latinos fue la familia. De la agrupación de algunas familias del mismo tronco, surgieron las gens, y de el primer conjunto de familias surgieron las primeras tribus. La división de la población se hacia desde las gens:

10 gens constituían una curia  
10 curias constituían una tribu  
10 tribus constituían una civita



El Senado en la Monarquía:  
300 senadores

El Senado en la República:  
900 senadores

El Senado en el Alto Imperio:  
600 senadores



CIVITA

Unidad máxima se conformaba a partir de tribus



10 TRIBUS



TRIBU

Se conformaba a partir de curias



10 CURIAS



CURIA

Se conformaba a partir de los gens



10 GENS

## Funciones del Senado

Correspondía al Senado decidir sobre varios asuntos que ocupaban a la sociedad romana. El siguiente gráfico nos muestra por qué se dividieron los temas de los que el Senado Romano se ocupaba.



## REFERENCIAS:



Nivel de enfrentamiento Emperadores / Senado  
Mas Alto ★★★★★  
Mas Bajo ★

## Militares

En su mayoría ex Legionarios que se habían volcado a la política aprovechando su prestigio dentro de una sociedad muy militarizada.



## Religiosos

Representaban los intereses de las distintas religiones, era la sección mas conservadora del Senado, eran minoria.



## Cívicos

Ciudadanos con derechos civiles y económicos que intervenían en las decisiones de estado y poseían propiedades dentro de Roma.



## Mercantes

Eran los ciudadanos que poseían mas riquezas y por ende manejaban la economía de Roma. Eran la primer mayoría dentro del Senado.



SENADO

25%

10%

15%

30%

20%

## Tratamiento de Leyes

I Se presenta el proyecto de Ley ante un tribuno que lo tratará con sus representantes.

PROYECTO DE LEY

II El tribuno se encarga de presentar el proyecto de ley ante el Senado.



III El Senado trata el proyecto en el recinto y se forma el debate central en torno a la Ley.



IV Representantes del pueblo hacen su descargo en torno al proyecto de forma pública.



V El Senado decide si la Ley se ejecuta o se beta. En el segundo caso vuelve al tribuno.



VI Una vez que el Senado aprueba el proyecto se sanciona la Ley para todos.



LEY Nº....

## Emperadores enfrentados con el Senado Romano

Augusto ★★★★★  
13 d.C: Puja de Poder

Octavio decidió vengar a su padre y asegurar su propio rango, y rivalizó con Marco Antonio, el gran vencedor.

Tiberio ★★  
20 d.C: El Ambicioso

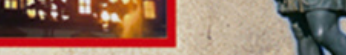
Desafió al Senado que se opuso fuertemente a su porra violento y belico de acción militar.

Caligula ★★★  
40 d.C: El Tirano

Fue un dirigente clemente, pero se convirtió en un tirano depravado después de una enfermedad mental.

Nerón ★★★★★  
64 d.C: Arde Roma

En julio del 64 d.C. Nerón estaba en Roma, ardeón, porfirado Nerón estaba en Roma, culpó al Senado y fue el primer emperador que los persiguió.



Infographic  
"Power in Rome"  
(2016)







### Concepto.

 Nos dedicamos a la comunicación pública y privada de obras pertenecientes a empresas y/o municipios. Estamos comenzando nuestra plataforma comunicacional en formato digital y multimedial. De esta manera llegamos al usuario de una manera sustentable para el medio ambiente. Cuenta con una dinámica más atractiva en donde el mensaje a comunicar tiene un impacto más contundente en el público o audiencia a cautivar. Dirigido masivamente a miles de personas diariamente.



### Conexion vecino/municipio.

 Infobus acompaña a cada uno de los pasajeros que día a día viajan en las líneas de colectivos, garantizando una comunicación directa las 24 hs del día, los 365 días del año. Tenemos como objetivo dar a conocer a los vecinos las obras que realiza el municipio, mejorando la calidad de vida en el barrio.



### Datos tecnicos para avisos.



- Resolución máxima: 1366 X 768 px (LED 24" HD)
- Formatos: jpg o png
- 72 dpi
- Modo RGB



- Duración: 15 segundos.
- Formato de video aceptado: MP4
- HD (si es posible)
- Resolución Mínima: 1366 X 768
- Relación de aspecto: 16:9



### Perfil del Pasajero.



Rango Etáreo  
Entre 18 y 55 años



Periodicidad  
Viajan todos los días



Tipo de viaje  
Viaje Laboral



Tiempo de viaje  
Promedio  
30 minutos  
Pasajeros Mensuales  
+200.000

Part of the graphic campaign of the novel (for those years) advertising communication system within the buses of the city of Buenos Aires and the metropolitan area

**"InfoBus"**  
(2017)



2016



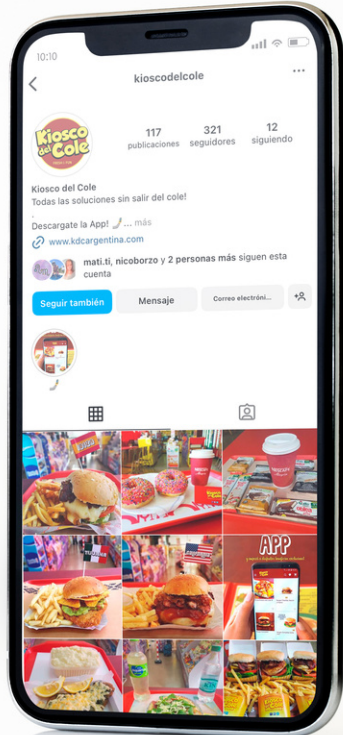
# KIOSCO DEL COLE®

The graphics of this newfangled business system was a key link in its expansion within the main educational institutions of the Buenos Aires City. A strong identity and conceptual retention, accompanied by clear and forceful communication, provided great success in sales and in the positioning of the brand against the competition, which in those years had very little investment in marketing and brand development.

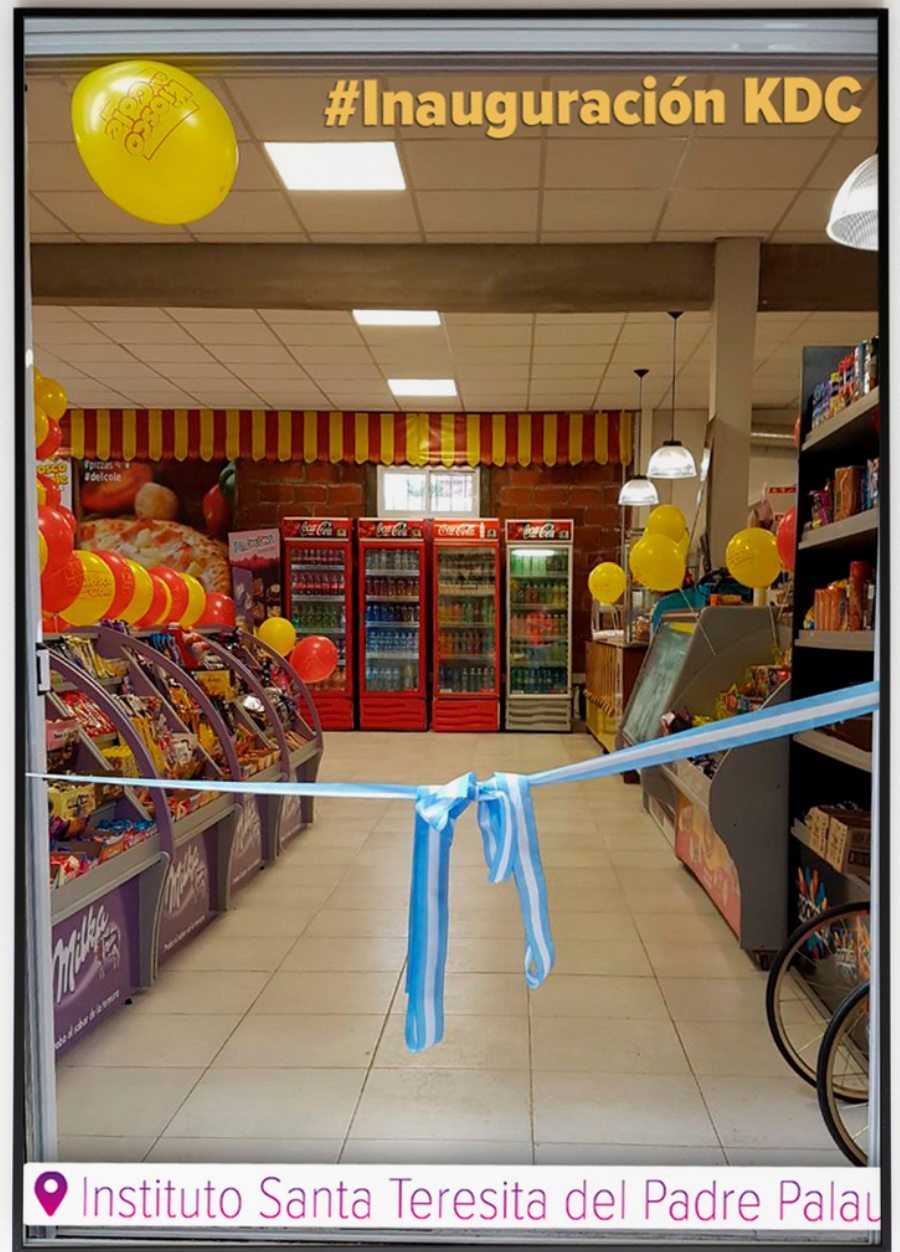
#brandpositioning



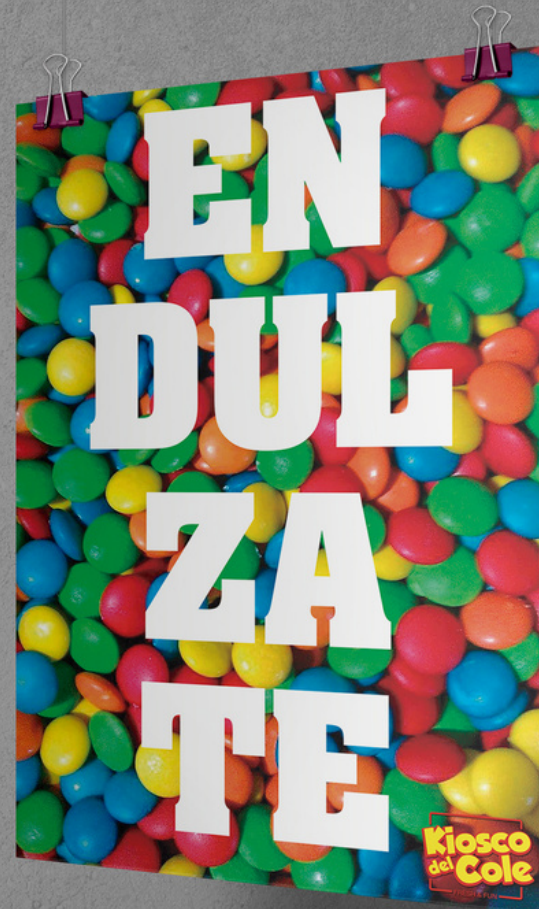
















**Las mejores Burger's  
y al Mejor Precio.**

# Yo No pago de más



**Kiosco  
del Cole**  
FRESH & FUN



# Natural  
& Fresco



**Nuestras opciones  
Livianas y Deliciosas**



**Kiosco  
del Cole**  
FRESH & FUN



**Milkshake**

**Kiosco  
del Cole**  
FRESH & FUN

# Break & Batido

**Estas listo  
para sumergirte en un  
mundo de sabores?**

**Licuada**

**Kiosco  
del Cole**  
FRESH & FUN



# Con Frutas Frescas



Menú

\$65

Kiosco del Cole

Un menú casero y delicioso cada día!!!

Lunes

Pastel de Papas Mixto

Base de puré de papas, relleno de carne con vegetales y mozzarella, cobertura bicolor de puré de papas y zapallo con queso parmesano.

Martes

Arroz con Pollo

Arroz saltado con vegetales y especias, salsa de tomate y dados de pollo sin hueso.

Miércoles

Ñoquis a la Parisienne

Ñoquis gratinados con salsa blanca y fileto, saltados con jamón, pollo y mozzarella.

Jueves

Albondigas con Arroz

Albondigas de carne y vegetales en salsa de tomate acompañado de arroz blanco.

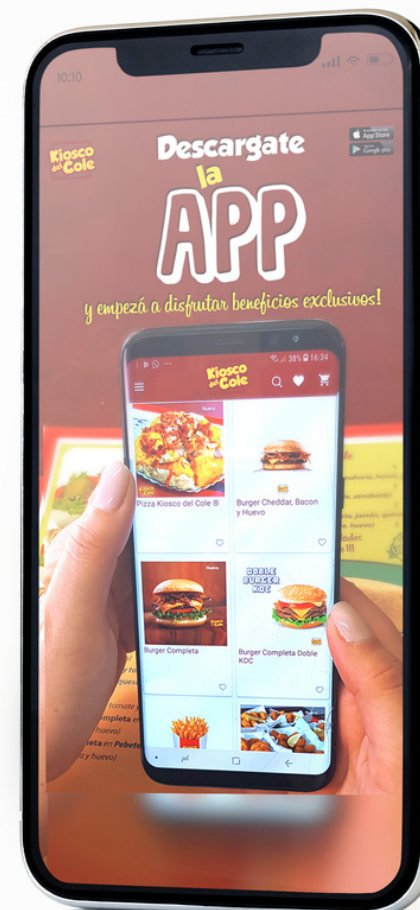
Viernes

Crispis de Pollo a Torilla de Papa

Supremas de pollo crocante a la pimienta con tortilla de papa y cebolla.

PEDIDOS AL INTERNO

254





2012

PANASONIC®



In this complex piece of editorial design, we were commissioned to design the complete user manual with operating instructions for the new Panasonic Lumix DMC-FZ8 camera.

#responsibility







Accesorios estándares

Antes de usar la cámara, compruebe que estén incluidos todos los accesorios.

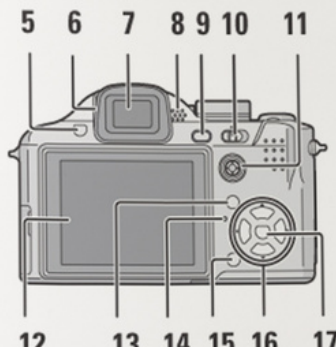
- 1 Paquete de la batería (En el texto citado como batería)
- 2 Cargador de batería
- 3 Cable de conexión USB
- 4 Cable AV
- 5 CD-ROM
- 6 Correa al hombro
- 7 Tapa del objetivo/Cordel de la tapa del objetivo
- 8 Visera del objetivo/Adaptador de la visera



Nombres de los componentes

- Objetivo 1
- Flash 2
- Macrofoto 3
- Indicador del autodesparador 4

- Botón de apertura del flash 5
- Disco de ajuste del diámetro 6
- Visor 7
- Altavoz 8
- Botón [EV/F.LCD] 9
- Interruptor de la cámara 10
- Joystick 11
- Monitor LCD 12
- Botón [DISP/LAY] 13
- Indicador de estado 14
- Botón de modo único 15
- Botones cursor 16
- Botón del autodesparador 17
- Botón [REV] 18
- Botón compensación a la exposición 19
- Botón [MENU/SET] 20



En estas instrucciones de funcionamiento, las operaciones con el joystick se describen como se muestra a continuación.

Por ejemplo: Cuando inclina el joystick a la derecha

Por ejemplo: Cuando pulsa el centro del joystick

Indice

• Información de seguridad 4	• Acerca del disco del modo (mode) 18
• Nombres de componentes 10	• Ajustar el menú 19
• Cargue la batería usando el cargador 13	• Accesorios compatibles 19
• Acerca de la batería (carga/número de imágenes de pueden grabarse) 14	• Tomar imágenes 20
• Introducción y remoción de la batería/de la tarjeta (opcional) 15	• Tomar imágenes en modo sencillo 23
• Acerca de la memoria integrada/Tarjeta de memoria (opcional) 16	• Tomar imágenes con el Zoom 24
• Ajuste de la fecha/hora (reloj) 17	• Uso del Zoom óptico 24
• Cambio ajustes del reloj 17	• Uso del Zoom óptico extendido (Extended Z) 25
	• Especificaciones 26



Información para su seguridad

¡Gracias por haber elegido Panasonic!

Usted ha comprado uno de los más sofisticados y confiables productos que se encuentran en el mercado hoy día. Usado correctamente, le garantizamos que usted y su familia gozarán de él durante años. Tómese un tiempo necesario para leer la información abajp detallada.

El número de serie se encuentra en la etiqueta ubicada en la cara inferior de su cámara. Tenga cuidado de guardar este manual como fuente de información útil para la cámara en el futuro. Lo necesitará posiblemente.

Información para su seguridad

Observe cuidadosamente las leyes sobre los derechos de autor. La grabación de cintas pregrabadas o discos u otro material publicado o transmitido para ciertos fines diferentes del uso privado puede infringir las leyes sobre los derechos.

• Tenga en cuenta los mandos actuales y los pines, los botones de menús, etc. de su cámara digital pueden ser algo diferentes de los que se destacan en las figuras de estas instrucciones de funcionamiento.

• El símbolo SDHC es una marca de fábrica bajo licencia.

• Leica es una marca de fábrica.

• Los demás nombres, nombres de sociedades y nombres de productos citados en estas instrucciones son marcas de fábrica o marcas registradas.

**ADVERTENCIA:**  
PARA REDUCIR EL RIESGO DE INCENDIOS, DESCARGAS ELÉCTRICAS O DAÑOS EN EL PRODUCTO.  
• NO EXPOGA ESTE PRODUCTO A LA LLUVIA, HUMEDAD, GOTEO O SALPICADURAS, Y NO COLOQUE ENCIMA DEL MISMO OBJETOS CON LÍQUIDOS COMO, POR EJEMPLO, FLORES.  
• UTILICE SOLAMENTE LOS ACCESORIOS RECOMENDADOS.  
• NOQuite LA CUBIERTA (O PANEL TRASERO) EN EL INTERIOR NO HAY PIEZAS QUE PUEDA REPARAR EL USUARIO. SOLICITE LAS REPARACIONES AL PERSONAL DE SERVICIO CALIFICADO.

**CUIDADO:**  
LA TOMA DE CORRIENTE HA DE ESTAR INSTALADA CERCA DEL EQUIPO Y ESTAR FACILMENTE AL ALCANCE DE LA MANO DE LOS USUARIOS PARA EVITAR CAIDAS Y GOLPES A LA UNIDAD.

**Nota FCC:**  
Este equipo se ensayó y se encontró que cumple con los límites de un dispositivo digital de la Clase B, de acuerdo con la Parte 15 de las Reglas FCC. Dichos límites se han previsto para proporcionar una razonable protección contra las interferencias dañinas en una instalación residencial. Este equipo genera, utiliza y puede radiar frecuencias radio y, por si no se instala y no se utiliza según dichas instrucciones, puede causar interferencias dañinas en las comunicaciones radio. Sin embargo, no hay ninguna garantía que dichas interferencias puedan ocurrir en las comunicaciones radio. Si estas interferencias fueran a ocurrir, el usuario puede intentar las siguientes acciones para reducir las interferencias: • Reorientar o reubicar el equipo. • Conectar el equipo a una toma en un circuito diferente del que está conectado el receptor para que este no tenga ninguna interferencia en su funcionamiento. • Llame para ayuda al concesionario o a un técnico.

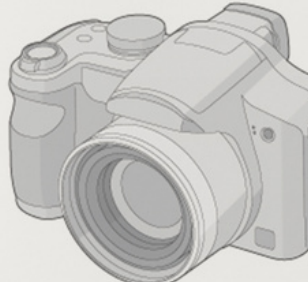
a la recepción de radio o televisión, que pueden ser determinadas apagando y encendiendo el equipo, se anima al usuario a intentar corregir la interferencia por medio de una o más de las medidas a continuación.

• Vuelva a orientar o colocar la antena receptora.

• Aumente el espacio separador entre el equipo y el receptor.

• Conecte el equipo en una toma en un circuito diferente del que está conectado el receptor para que este no tenga ninguna interferencia en su funcionamiento.

**Precauciones FCC:**  
Para garantizar una continua conformidad, siga las instrucciones de la instalación adjuntas y sólo utilice cables de interfaz aprobados cuando conecte a un ordenador o dispositivos periféricos. Todo cambio o modificación no expresamente aprobado por la parte responsable de la conformidad puede anular la autorización del usuario a hacer funcionar este equipo.



**ADVERTENCIA:**  
RIESGO DE INCENDIO, EXPLOSIÓN O QUEMADURAS. NO DESARME, NO CALIENTE, NI EXPOGA A MÁS DE 60 °C (140 °F) NI INCINERAR LA MISMA.



**AVISO:**  
SI LA BATERÍA O LA PILA SE COLOCA MAL, EXISTE EL PELIGRO DE QUE SE PRODUZCA UNA EXPLOSIÓN. CAMBIE SOLAMENTE LA BATERÍA.

Acerca de la batería

Acerca de la batería

• Duración de la batería  
Número de imágenes que pueden grabarse (por el estándar CIPA en el modo de la AE programada [P]).

Cantidad de imágenes que pueden grabarse en la memoria de la cámara	380 imágenes (aproximadamente 150 minutos de grabación)
---	---

Condiciones de grabación por los estándares

- Temperatura: 23 °C (73.4 °F)
- Humedad: 50% cuando está activado el monitor LCD
- Uso de la tarjeta de memoria SD de Panasonic (16 MB)
- Uso de la batería suministrada
- La grabación inicia 30 segundos después de activar la cámara. (Cuando la función del estabilizador óptico de la imagen está activada.)
- Grabando una vez cada 30 segundos, con todo flash cada segunda grabación.
- Girando la palanca del zoom de la cámara para grabar o viceversa por cada grabación.

El número de imágenes que pueden grabarse puede variar según el tiempo de intervalo de la grabación. Si el tiempo de intervalo de la grabación se alarga, se reduce el número de imágenes que pueden grabarse. (Por ejemplo, cuando graba una vez cada 2 minutos, el número de las imágenes que pueden grabarse se reduce.)

El número de imágenes grabadas cuando se usa el visor (Las condiciones de grabación cumplen con el estándar CIPA).

Cantidad de imágenes que pueden grabarse en la memoria de la cámara	400 imágenes (aproximadamente 120 minutos de grabación)
---	---

Tiempo de grabación cuando usa el monitor LCD (según el estado de almacenamiento de la batería)

Tiempo de reproducción	420 minutos (aproximadamente)
------------------------	-------------------------------

Tiempo de carga y número de imágenes que pueden grabarse con el paquete de baterías opcionales (IGR-S006A) son los mismos que los estándares.

• Cuando comienza la carga, se enciende el indicador [CHARGE]. Cuando destella el indicador.

• La batería está muy descargada (demasiado). La lámpara [CHARGE] se enciende de inmediato y va a indicar la carga normal desconectar.

• Cuando la temperatura de la batería es a lo sumo elevada o baja, el tiempo de carga será más largo que lo normal.

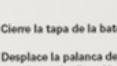
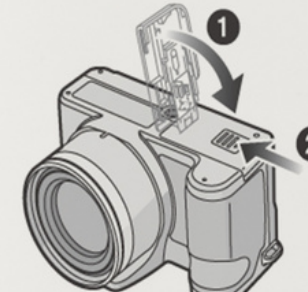
• Cuando el tiempo de funcionamiento de la cámara se acorta sumamente aun después de cargar correctamente la batería, puede que haya terminado la duración de esta última. Póngala a cargar.

El número de imágenes grabables y el tiempo de reproducción varían según las condiciones de funcionamiento y el estado de almacenamiento de la batería.

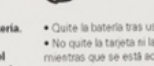


• Siempre utilice baterías de Panasonic (IGR-S006A).

• En el caso de que utilice otras baterías, no podemos garantizar la calidad de este.



**ADVERTENCIA:**  
RIESGO DE INCENDIO, EXPLOSIÓN O QUEMADURAS. NO DESARME, NO CALIENTE, NI EXPOGA A MÁS DE 60 °C (140 °F) NI INCINERAR LA MISMA.



**AVISO:**  
SI LA BATERÍA O LA PILA SE COLOCA MAL, EXISTE EL PELIGRO DE QUE SE PRODUZCA UNA EXPLOSIÓN. CAMBIE SOLAMENTE LA BATERÍA.







2019

# 247<sup>®</sup> ARGENTINA

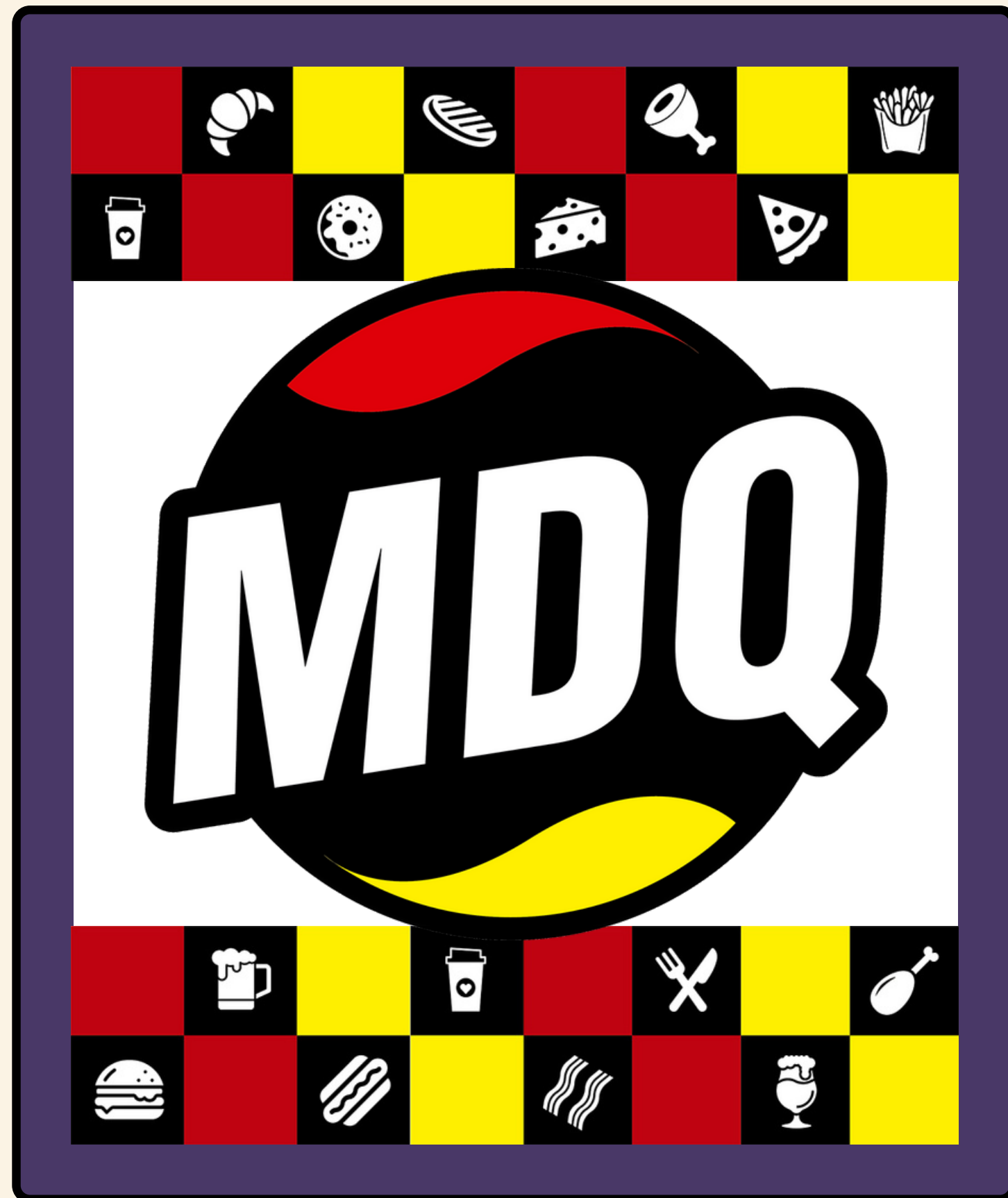
This chain of maxikiosk achieved a great visual impact that generated instant repercussions in their sales as soon as the stores opened, the pregnancy of their graphic identity allowed them to begin receiving offers to buy the brand.

In this project we take care of both the exterior graphics and the interior graphics, as well as the internal communication of the company, generating integrity in the complete visual system.

#effectiveness







2019

# MDQ®

This fast food chain was part of the same business group and its graphics were annexed to that of *247 Argentina* where in some stores they shared space, the idea was that both brands had defined identities but were associated within the same graphic system.

#customization





Combined location of **247** & **MDQ**  
in Buenos Aires City.  
Graphic pregnancy and  
communicative forcefulness  
were prioritized with brilliant  
results in sales.











2009

# PANCHIN HOT DOG'S®



This fast food chain was sold to an investment group for 30,000 USD a few months after opening. The company had not yet established itself in the market, so the graphic campaign played a fundamental role in the success of the operation. The graphic with the incorporation of the main character represented a total novelty for the space-time context where it was developed.

#functionality











# SOME + NOTABLE PROJECTS



**AIKEN NATURAL**



**ZEUS ELECTRICIDAD**



**SOMMELIER DE YERBA**

#potpourri

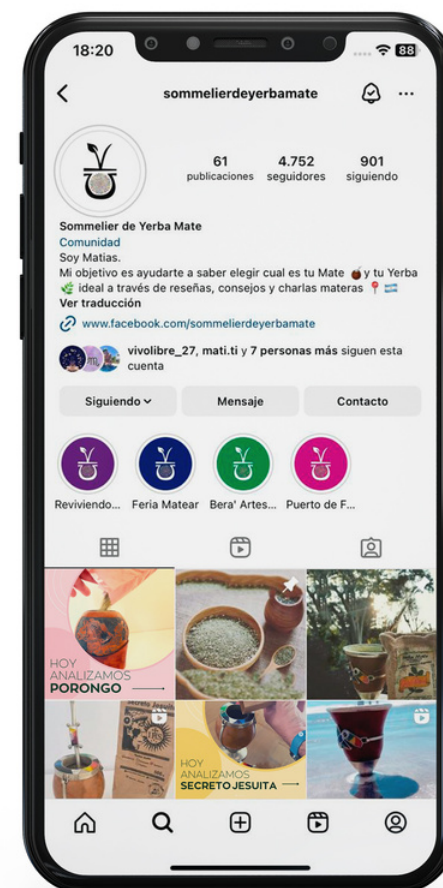
and to finish, stew of random projects...











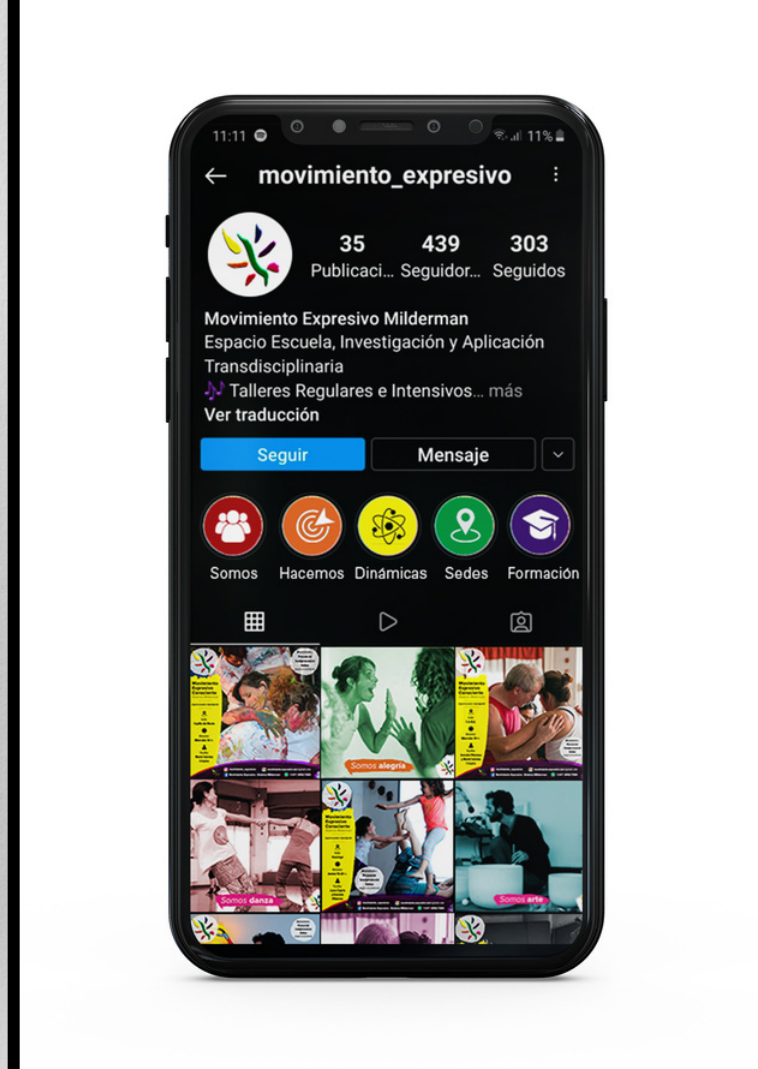
















## Una Mujer Un Símbolo

Exposición objetos, trajes y fotografías  
del 28 de mayo al 16 de junio de 2009  
Museo Eva Perón /// Lafinur 2988

Evita



"Es necesario consolidar la integración latinoamericana  
para construir de una vez por todas la Patria Grande  
por la que lucharon Bolívar y San Martín"

"Me voy a ir a un café literario"  
Néstor Kirchner

"Cuando la juventud  
se pone en marcha  
el cambio es inevitable"



**SOCIO ATENEO BERNASCONI**





Nombre y Apellido:  
  
DNI:  
  
Fecha de Inicio:



**Actividades Integradas**





**Fortalece y tonifica tu tren inferior**  
**Quema grasas y Reduce Volumen**  
**El mejor remedio Anti-Stress**  
Trabaja intensamente la zona abdominal  
**Entrenamiento Aeróbico y Anaeróbico**  
Beneficios para el sistema Cardiovascular

**INSTRUCTORES CERTIFICADOS**  **OFFICIAL CENTER**



Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

**SPINNING ATENEO BERNASCONI**





**TABLA FRECUENCIA CARDÍACA**

Edad	60%	70%	75%
11 a 15	118	138	148
16 a 20	116	135	145
21 a 25	114	133	142
26 a 30	112	131	140
31 a 35	110	128	137
36 a 40	108	126	135
41 a 45	105	123	132
46 a 50	103	121	129
51 a 55	101	118	127
56 a 60	99	116	124
61 a 65	97	114	121
66 a 70	95	111	119
71 a 75	93	109	116
76 a 80	91	106	114
80 a 85	89	104	111

**Actividades Integradas**  
Niños, Adolescentes y Adultos Ambos sexos

**Aero Dance**  
Todas las actividades con un solo abono

**Actividades Integradas**  
Miercoles

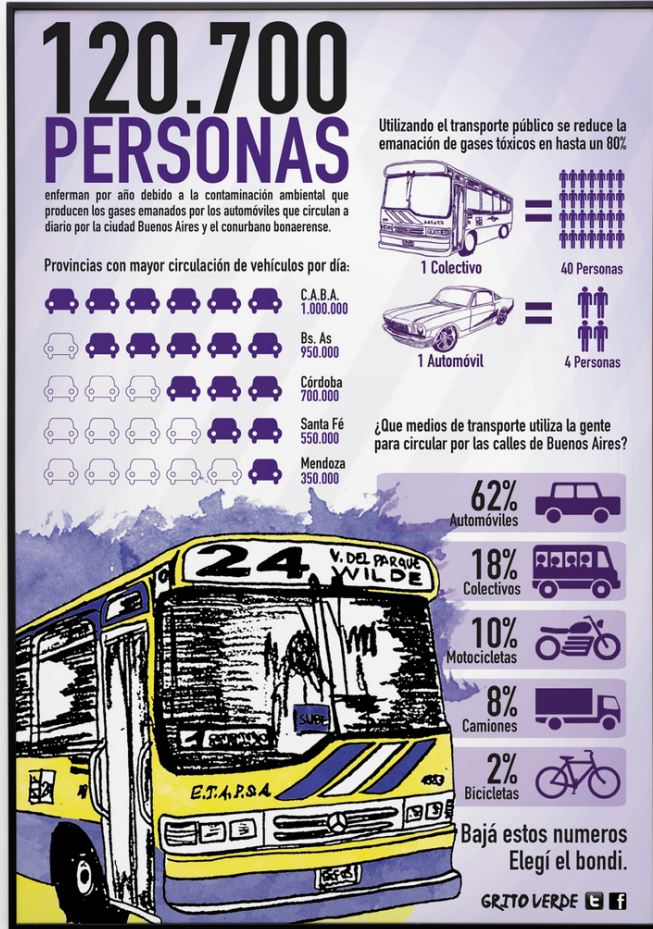
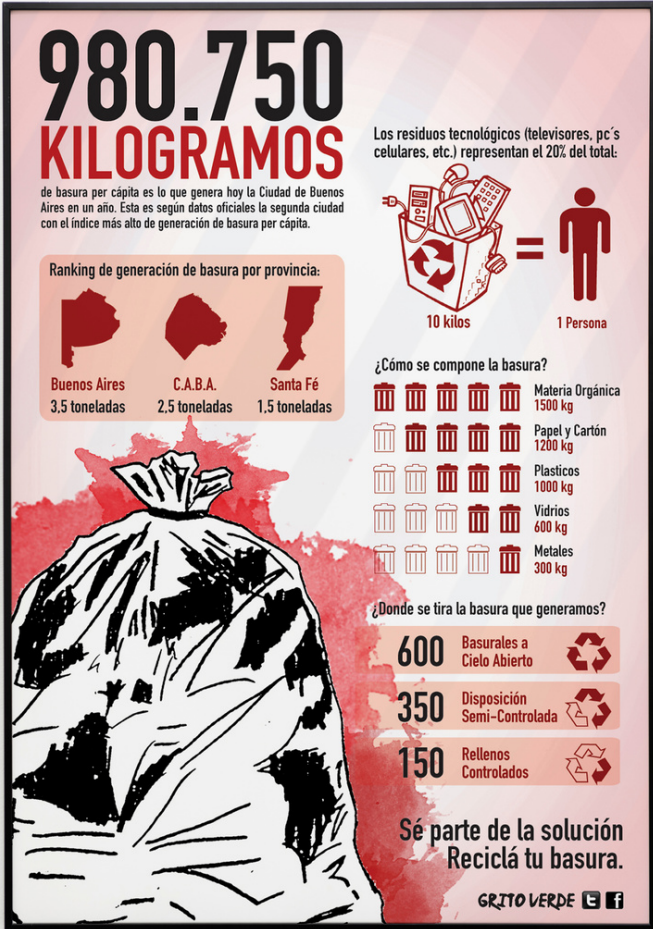
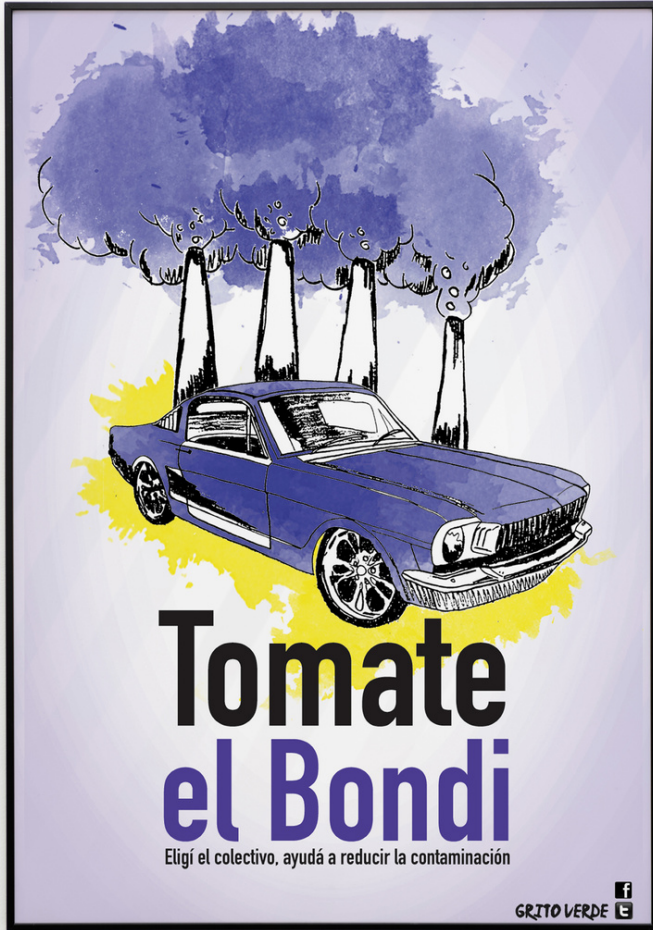
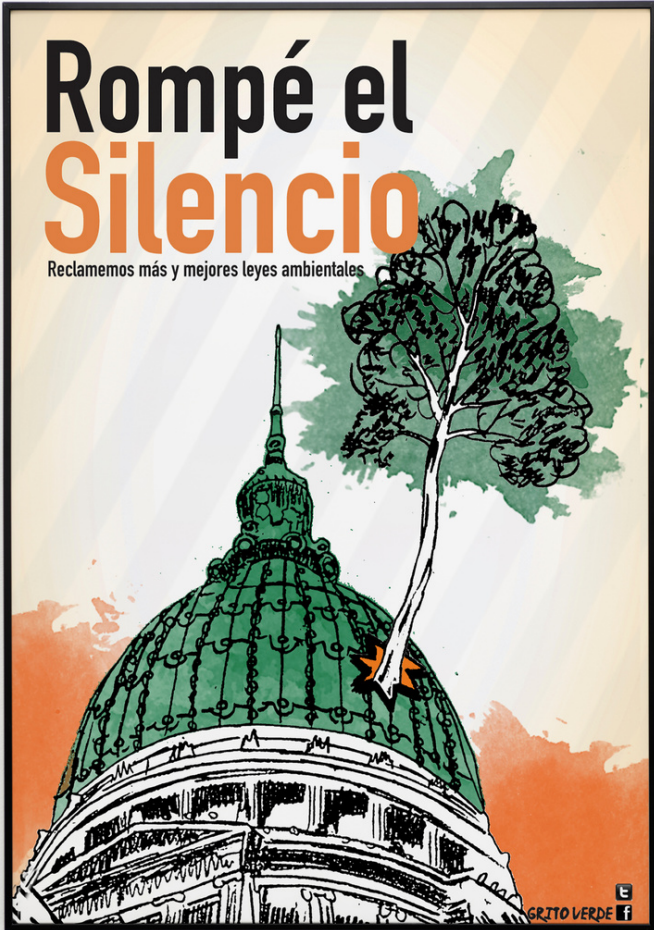
**Ritmos Latinos**  
Lunes y Viernes de 18 a 22 hs.

**Fitball Fitness**  
Todas las actividades con un solo abono

**Boxeo Recreativo**  
Consultas: 15-5047 0483







and continues to expand...



*let's work*  
**TOGETHER**